

## ブランドメッセージ市民意見募集結果について(速報値)

川崎市では、多彩な魅力を一言で表現し、都市の将来像を示す「ブランドメッセージ (ロゴを含む)」の策定に取り組んでいます。

これまで魅力発見・発信に係る市民ワークショップや、有識者によるシティセールス懇話会、市民アンケートの実施などで寄せられた御意見等を踏まえ、プロのデザイナー等により別添のとおり 4 つの案を作成・公表し、市民の皆様にご意見募集してまいりました。

このたび、意見募集期間が終了いたしましたので、現時点での集計結果をお知らせいたします。

### 1. 意見募集期間

平成 28 年 3 月 25 日(金)～4 月 14 日(木)

### 2. 意見提出方法

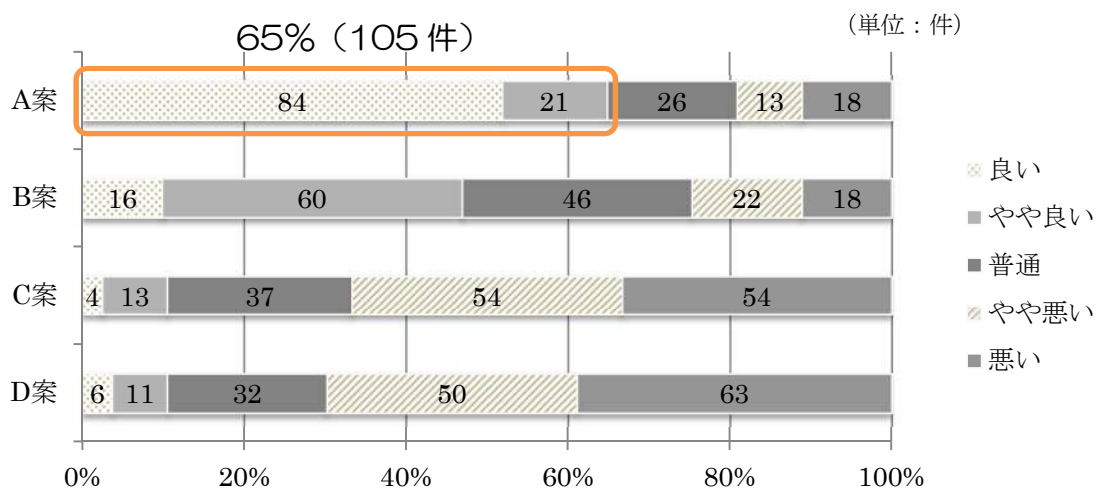
電子メール (市ホームページの専用フォームから)、FAX、郵送又は持参 (郵送の場合は消印有効)

### 3. 対象案 別紙 1 のとおり

### 4. 市民意見の集計結果

(1) 総数 162 件 (H28.4.15 現在)

(2) 結果



### 5. 寄せられた主なご意見

A案の印象 (自由回答)

- ・今までの川崎には無いイメージで、可愛いしオシャレ。
- ・三本の色が手をつなぐ感じのものとか、何かつながる感じが良い。ありふれていてシンプルすぎる。

#### B案の印象（自由回答）

- ・人の個性、多様性～のコピーが押しつけがましい感じがしないでもない。
- ・人を大事にしていく姿勢は分かりやすいが、市のメッセージには見えない。

#### C案の印象（自由回答）

- ・南部（臨海部）のイメージには合うが、北部には合わない。
- ・現時点で「鉄」は若い世代に強い印象を与えずアピールしないのでは。

#### D案の印象（自由回答）

- ・せっかく良い発想なのに下部のメッセージを読まないと「アイアンハート」の意図が分からないのがもったいない。
- ・「鉄」は現代の川崎住民にとっては、唐突に思える。コーポレートデザイン風  
の感じ。

## 6. WEB 調査の結果

上記市民意見募集とは別に WEB により、同様の調査を実施いたしました。

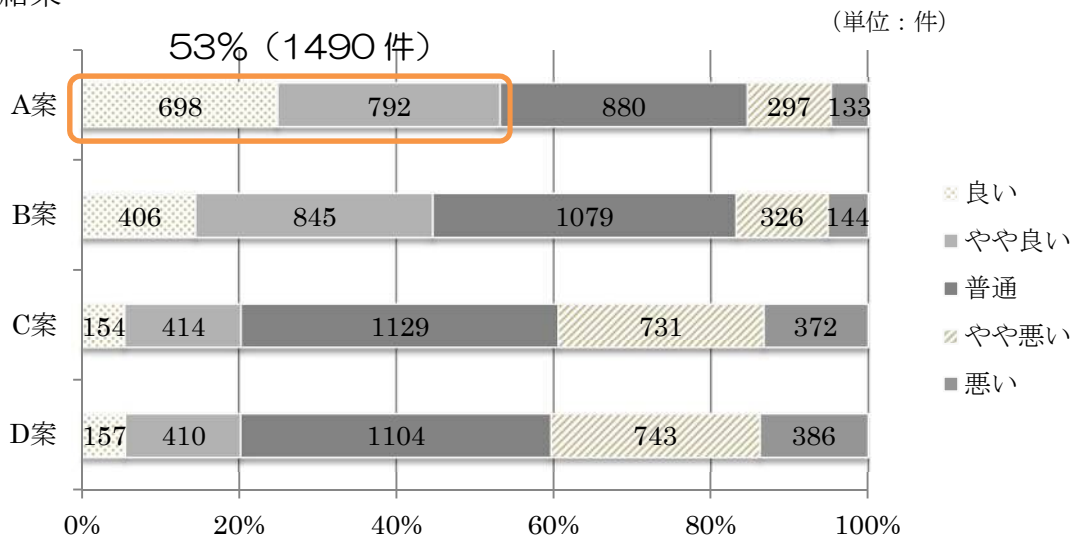
### (1) 調査方法

民間調査会社に登録している市民 2800 人（各区 400 人×7 区）を対象に WEB により意見募集を実施いたしました。

### (2) 調査期間 平成 28 年 3 月 25 日(金)～3 月 31 日(木)

### (3) 回答数 2800 件

### (4) 結果



## 7. 今後の予定

4 月中にも市民意見調査のとりまとめを行い、専門家や議会のご意見を伺った上で、決定してまいります。その後、2020（平成 32）年のオリンピック・パラリンピックや 2024（平成 36）年の市制 100 周年を見据え、市内外で積極的に活用してまいります。

A案



Colors, Future!

いろいろって、未来。

川崎市

多様性は、あたたかさ。多様性は、可能性。  
川崎は、一色ではありません。  
あかるく。あざやかに。重なり合う。  
次は、何色の川崎と出会う。  
あたらしい川崎を生み出していこう。

B案



いろいろって、未来。

人の個性、多様性を応援する街、川崎市。

みんなそれぞれに光る個性があるはずだ。  
あたたかい色もあれば、強く鋭い色もあるだろう。  
人を尊重し、支えあう。手をとりあう。  
かけ算し、足し算していこう。  
次の100年へ。  
きっとそれが川崎市の未来を彩っていく。

C案



IRON HEART  
KAWASAKI

川崎は、工業・鉄鋼で栄えてきた歴史がある場所だ。  
鉄は、熱く、固い。  
けれど、変化をおそれない。  
どんな形にでもなれる。信念とやわらかさ。  
自分自身にだって、相手にだって。  
川崎を動かすハート。  
それは、アイアンハート。

D案



アイアンハート

鉄のハートで動く街、川崎市。

川崎は、工業・鉄鋼で栄えてきた歴史がある街だ。  
鉄は、熱く、固い。  
けれど、それだけではない。  
どんな形にでもなれる柔軟性がある。  
次の100年へ。  
鉄のハートが川崎の未来を動かしていきます。