

# 施策・成果指標の進捗状況等一覧（第3期実施計画中間評価）

## 【項目の説明】

### 1 成果指標の達成度

区分	内容
a	目標値以上
b	1期実施計画策定時の現状値（又は個別設定値）以上～目標値未満
c	目標達成率 60%以上～第1期実施計画策定時の現状値（又は個別設定値）未満
d	目標達成率 60%未満

※第2期又は第3期実施計画から新たに設定した指標については、「1期実施計画策定時」を「2期実施計画策定時」又は「3期実施計画策定時」に読み替える。

### 2 施策の進捗状況

区分	内容
A	順調に推移している。（目標達成している。）
B	一定の進捗がある。（目標達成に向けて進捗している。）
C	進捗が遅れている。（目標達成が遅れる可能性がある。）
D	進捗が大幅に遅れている。（目標達成が難しい可能性がある。）

### 3 選定区分

区分	選定の視点
①	これまで審議対象となっていない施策 （概ね10年間を対象とした総合計画の終期を見据え、内部評価結果の妥当性や施策の方向性を網羅的に検証する必要があるため）
②	計画策定後の社会経済状況の変化を踏まえ、方向性の確認が必要な施策
③	施策の達成状況等を踏まえ、今後の取組の方向性の確認が必要な施策
④	令和4・5年度に市が重点的に取組を進めており、部会で審議する必要性の高い施策
⑤	総合計画と連携する分野別計画等の改定が行われる施策

### 4 選定外区分

区分	選定外となる視点
ア	施策の進捗状況区分がA又はBであり、事業を取り巻く社会経済状況の変化が小さい施策 （これまで審議対象となっていない施策を除く）
イ	他の仕組み（公共事業評価審査委員会等）で同様の評価等を行っており、部会で審議対象とする必要性が低い施策
ウ	成果指標の達成度が1つも把握できない施策
エ	完了に長期間を要する事業を含んでおり、当該年度に評価する必要性が低い施策
オ	前回の政策評価審査委員会の部会で審議した施策 （状況等の変化から再度確認が必要な施策を除く）































施策・成果指標の進捗状況等一覧(第3期実施計画中間評価)

※1 [%] ⇒ 指標の単位  
 [^] ⇒ : 数値が高いことが望ましい指標  
 [v] ⇒ : 数値が低いことが望ましい指標  
 [増減] ⇒ 増減: 現在の水準から増加又は減少させていく指標  
 維持: 水準を維持していく指標

部会	施策名 (直接目標)	施策の概要 (施策の方向性)	成果指標	成果指標の進捗状況等										施策の進捗状況					第3期 実施計画 (算)	第1期 中間	第1期 総括	第2期 中間	第2期 総括	第3期 中間											
				目標値	第1期 策定時値	第2期 策定時値	第3期 策定時値	R4年度	第3期 中間 (R5年度)	第3期 目標値 (最終目標)	指標の補足説明 ※1	R4年度 達成度	R5年度 達成度	第3期中間 達成度	第1期中間 (H28年度)	第1期総括 (H29年度)	第2期中間 (R1年度)	第2期総括 (R3年度)							第3期中間 (R5年度)	適定区分 ①~⑤ 適定外区分 ア~オ									
4-4-2	広域連携による港湾物流拠点の形成 (川崎港での物流を活発にする)	●川崎港の取扱貨物量の増加を図るための取組の推進 ●川崎港の港湾物流機能の強化に向けた取組の推進 ●港湾貨物の円滑な輸送、防災機能の強化等に向けた取組の促進 ●カーボンニュートラル等の社会経済環境の変化に対応した川崎港の形成に向けた取組の推進	(1) 川崎港取扱貨物量(公共埠頭)	目標値					1,227	1,245	1,280	万t	↑	c	c	c	B	B	B	B	B	④ ⑤	388												
			実績値	1,134	1,044	888	852	839		増減																									
4-4-3	市民に開かれた安全で快適な臨海部の環境整備 (川崎港の魅力を市民に広めるとともに、港の活動を高める)	●臨海部の活性化に向けた、各種イベントの開催や新たな賑わい創出による川崎港の魅力発信 ●川崎港の魅力向上に向けた、港湾緑地の特徴を活かした利用促進や効率的な管理運営 ●市民等が快適に利用できる川崎港の形成に向けた美化対策等の推進	(1) 川崎マリエン利用者数(港湾振興イベント及びスポーツ施設等の利用者を含む)	目標値					42.25	42.5	43	万人	↑	d	c	c	B	B	B	B	B	① ⑤	392												
			実績値	40	34.5	12.4	23.83	31.2		増減																									
4-8-1	スポーツのまちづくりの推進 (スポーツを身近に感じ、楽しむ市民を増やす)	●年齢や性別、障害の有無などにかかわらず誰もが身近な地域でスポーツに親しまふまちの形成に向けた、スポーツを「する」「み」「さえる」機会の充実と活動の場の持続可能な提供 ●障害などの有無にかかわらずスポーツを共に楽しみ、自分らしく暮らせるまちの形成に向けたバラスポーツの更なる推進 ●新型コロナウイルス感染症など本市を取り巻く環境の変化やそれに伴うスポーツのあり方を踏まえた多様なスポーツ施策の展開 ●若者文化を活用した、若い人たちが集い、自らの可能性を広げるための環境づくりの推進	(1) 週1回以上のスポーツ実施率	目標値					52.2	54		%	↑	-	b	b																			
			実績値	34.8	40.6	50.4		47.6		増減																									
4-8-2	市民の文化芸術活動の振興 (市内の文化芸術活動を推進し、一層市民に身近なものにする)	●誰もが文化芸術に触れ、参加できる環境づくり(アート・フォー・オール)の推進 ●市制100周年や社会実容を見据えた、地域資源を活用した多様な文化芸術活動の推進 ●市内文化関連施設の効率的・効果的な運営と更なる魅力の発信 ●市民ミュージアムの被災取壊品修復作業等の推進及び新たな博物館、美術館の整備に向けた取組の推進	(1) 主要文化施設の入場者数	目標値					140.5	140.5	140.5	万人	↑	c	c	c																			
			実績値	126.9	128.6	57.1	87.7	97		増減																									
4-8-3	音楽や映像のまちづくりの推進 (音楽や映像を活用して、都市の魅力向上や地域の活性化につなげる)	●誰もが身近に音楽を楽しめる環境づくりと音楽を通じた活力とあふれる地域社会づくりの推進 ●ミュージアムシニアホールなどの音楽資源を活かした「音楽のまち・かわさき」の魅力の発信 ●映像資源を活かした映像文化活動支援や情報発信による、都市の魅力向上やシンビクプライドの醸成と次世代の映像文化の担い手の育成	(1) 「音楽のまち」の環境が充実していると感じる人の割合	目標値					58.5	60		%	↑	-	c	c																			
			実績値	53.3	54	46.3		51.3		増減																									
4-9-1	都市イメージの向上とシンビクプライドの醸成 (市内外における市の認知度・好感度を高める)	●市制100周年を契機とした、更なる都市イメージの向上とシンビクプライドの醸成を図るためのシティプロモーションの推進 ●市内外に向けた、さまざまなメディアの効果的活用や発信力のある民間事業者等との連携による、本市の多彩な魅力の情報発信の強化 ●ブランドメッセージ等を活用した、多様な主体を巻き込んだ取組によるシンビクプライドの醸成 ●これまで良好な関係を築き上げてきた海外都市等とのお互いの強みや特性を活かした更なる交流の推進	(1) シンビクプライド指標 市民の市に対する「愛着」に関する平均値	目標値					6.6	6.7	7	点	↑	c	c	c																			
			実績値	6	5.9	5.5	5.5	5.7		増減																									
4-9-1	都市イメージの向上とシンビクプライドの醸成 (市内外における市の認知度・好感度を高める)	●市制100周年を契機とした、更なる都市イメージの向上とシンビクプライドの醸成を図るためのシティプロモーションの推進 ●市内外に向けた、さまざまなメディアの効果的活用や発信力のある民間事業者等との連携による、本市の多彩な魅力の情報発信の強化 ●ブランドメッセージ等を活用した、多様な主体を巻き込んだ取組によるシンビクプライドの醸成 ●これまで良好な関係を築き上げてきた海外都市等とのお互いの強みや特性を活かした更なる交流の推進	(2) シンビクプライド指標 市民の市に対する「誇り」に関する平均値	目標値					5.6	5.7	6	点	↑	c	b	b																			
			実績値	5	4.9	4.9	4.9	5.1		増減																									
4-9-1	都市イメージの向上とシンビクプライドの醸成 (市内外における市の認知度・好感度を高める)	●市制100周年を契機とした、更なる都市イメージの向上とシンビクプライドの醸成を図るためのシティプロモーションの推進 ●市内外に向けた、さまざまなメディアの効果的活用や発信力のある民間事業者等との連携による、本市の多彩な魅力の情報発信の強化 ●ブランドメッセージ等を活用した、多様な主体を巻き込んだ取組によるシンビクプライドの醸成 ●これまで良好な関係を築き上げてきた海外都市等とのお互いの強みや特性を活かした更なる交流の推進	(3) 隣接都市における、川崎市に良いイメージがあると感じている人の割合	目標値					53	53.5	55	%	↑	c	c	c	C	C	C	C	C	④ ⑤	446												
			実績値	50.3	42	39.8	38	45.5		増減																									
4-9-1	都市イメージの向上とシンビクプライドの醸成 (市内外における市の認知度・好感度を高める)	●市制100周年を契機とした、更なる都市イメージの向上とシンビクプライドの醸成を図るためのシティプロモーションの推進 ●市内外に向けた、さまざまなメディアの効果的活用や発信力のある民間事業者等との連携による、本市の多彩な魅力の情報発信の強化 ●ブランドメッセージ等を活用した、多様な主体を巻き込んだ取組によるシンビクプライドの醸成 ●これまで良好な関係を築き上げてきた海外都市等とのお互いの強みや特性を活かした更なる交流の推進	(4) 市民のうち川崎市に良いイメージがあると感じている人の割合	目標値					62	64	67	%	↑	c	b	b																			
			実績値	59.4	57.6	63.3				増減																									

※掲載している数値や区分等については、2月20日時点での見込であり、今後、修正・変更になる可能性があります。



