

自治・文化・経済部会資料

施策4-9-2 川崎の特性を活かした観光の振興

経済労働局
令和6年5月

資料をご覧ください。上での注意事項

掲載している数値等は、5月31日（令和6年度川崎市政策評価審査委員会第3部会の開催日）時点のものであり、今後、修正・変更になる可能性があります。

施策の概要

概要 背景 取組 成果 まとめ

基本政策 (1層) 活力と魅力あふれる力強い都市づくり

政策 (2層) 戦略的なシティプロモーション

施策 (3層) 川崎の特性を活かした観光振興

直接目標 市内への集客及び滞在を増加させる

主な事務事業

観光振興事業

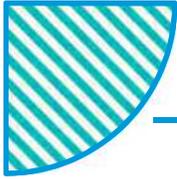
産業観光推進事業

市制記念花火大会事業

競輪場整備事業

競輪等開催・運営事業

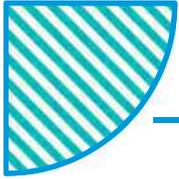




実施計画に位置付けた成果指標

成果指標①		主要観光施設の年間観光客数			
算出方法	主要観光施設からの報告値等の集計				
指標の考え方	これまで取り組んできた地域特性を活かした観光振興を今後も推進し、更なる観光客数の増加をめざすため、その取組の成果を客観的に示す数値として主要観光施設の年間観光客数が最適であることから、これを指標として設定する。				
指標の目標値	第1期策定時 1,504万人(H26)	第1期目標 1,646万人以上(H29)	第2期目標 1,856万人以上(R3)	第3期目標 2,100万人以上(R7)	
目標値の考え方	本市の主要観光施設への観光客数については、これまでの観光振興の取組により、計画策定時における過去の実績で3%程度の伸びがあることから、今後もこの水準以上の観光客の増加を目標とする。				

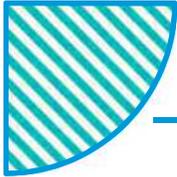




実施計画に位置付けた成果指標

成果指標②		宿泊施設の年間宿泊客数			
算出方法	市内主要宿泊施設からの報告値等の集計				
指標の考え方	市内での観光客による消費を増加させるために、日帰り客だけでなく市内の宿泊客を増加させるための取組が必要であり、その成果を客観的に示す数値として市内宿泊施設における宿泊客数が最適であることから、これを指標として設定する。				
指標の目標値	第1期策定時 178 万人(H26)	第1期目標 187 万人以上(H29)	第2期目標 198 万人以上(R3)	第3期目標 210 万人以上(R7)	
目標値の考え方	R2(2020)年以前(コロナ禍前)までの外国人観光客の増加傾向や、既存宿泊施設の稼働率増、新規宿泊施設の建設を念頭に、毎年3万人以上の増加(外国人宿泊客数については全宿泊客数に占める外国人宿泊客の割合についてH28(2016)の県内平均割合(11.5%)を超える12%の達成をめざして増加)を目標とする。				





実施計画に位置付けた成果指標

成果指標③		宿泊施設の年間宿泊客数【外国人】			
算出方法	市内主要宿泊施設からの報告値等の集計				
指標の考え方	市内での観光客による消費を増加させるために、日帰り客だけでなく市内の宿泊客を増加させるための取組が必要であり、その成果を客観的に示す数値として市内宿泊施設における宿泊客数が最適であることから、これを指標として設定する。				
指標の目標値	第1期策定時 15 万人(H26)	第1期目標 17 万人以上(H29)	第2期目標 23 万人以上(R3)	第3期目標 25 万人以上(R7)	
目標値の考え方	<p>R2(2020)年以前(コロナ禍前)までの外国人観光客の増加傾向や、既存宿泊施設の稼働率増、新規宿泊施設の建設を念頭に、毎年3万人以上の増加(外国人宿泊客数については全宿泊客数に占める外国人宿泊客の割合についてH28(2016)の県内平均割合(11.5%)を超える12%の達成をめざして増加)を目標とする。</p> <p>【第2期実施計画策定時】 ※年間宿泊客数(外国人)のH28(2016)の実績値が、第2期の目標値を上回ったため、目標値を変更</p> <ul style="list-style-type: none"> ・第2期: 19→23万人 ・第3期: 21→25万人 				



実施計画に位置付けた成果指標

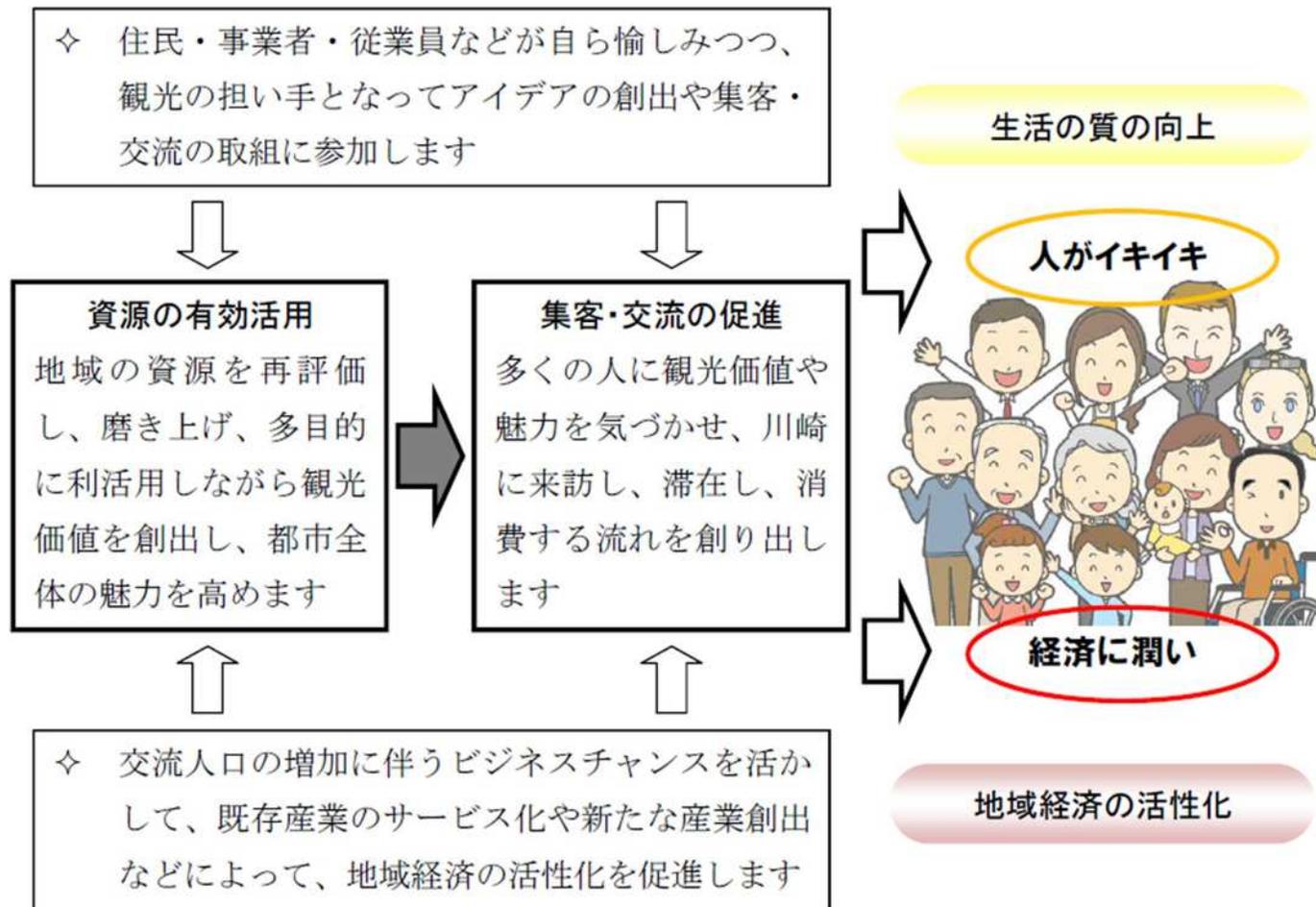
概要 背景 取組 成果 まとめ

成果指標④		工場夜景・産業観光ツアーの年間参加者数			
算出方法	工場夜景ツアー及び産業観光ツアーの参加者数の集計				
指標の考え方	産業観光については、本市の地域特性を活かした貴重な観光資源であり、今後も本市の観光資源であり、今後も本市の観光施策の中心であることから、そのツアーの年間参加者数を、観光振興の取組の成果を客観的に示す指標として設定する。				
指標の目標値	第1期策定時 6,600人(H26)	第1期目標 7,200人以上(H29)	第2期目標 8,100人以上(R3)	第3期目標 9,200人以上(R7)	
目標値の考え方	これまでの取組によって産業観光に関する認知や需要が高まってきており、今後もこれを継続することにより、観光客数の伸びに合わせて毎年3%程度以上の増加を目標とする。				

成果指標⑤		競輪事業の一般会計繰出金			
算出方法	競輪事業の一般会計への繰出金を算出				
指標の考え方	競輪事業の本市財政への貢献、持続可能な運営の効果を測ることができる。				
指標の目標値	第3期策定時 1.4億円(R2) ※第3期策定時から新たに設定	第1期目標 —	第2期目標 —	第3期目標 1.4億円以上(R7)	
目標値の考え方	R4(2022)からの第2期の包括的な業務委託等における効率的な事業運営により、特別競輪を開催したR2(2020)と同額の一般会計への繰出しを行うことをめざし、1.4億円を目標として設定する。				

観光振興に取り組む背景

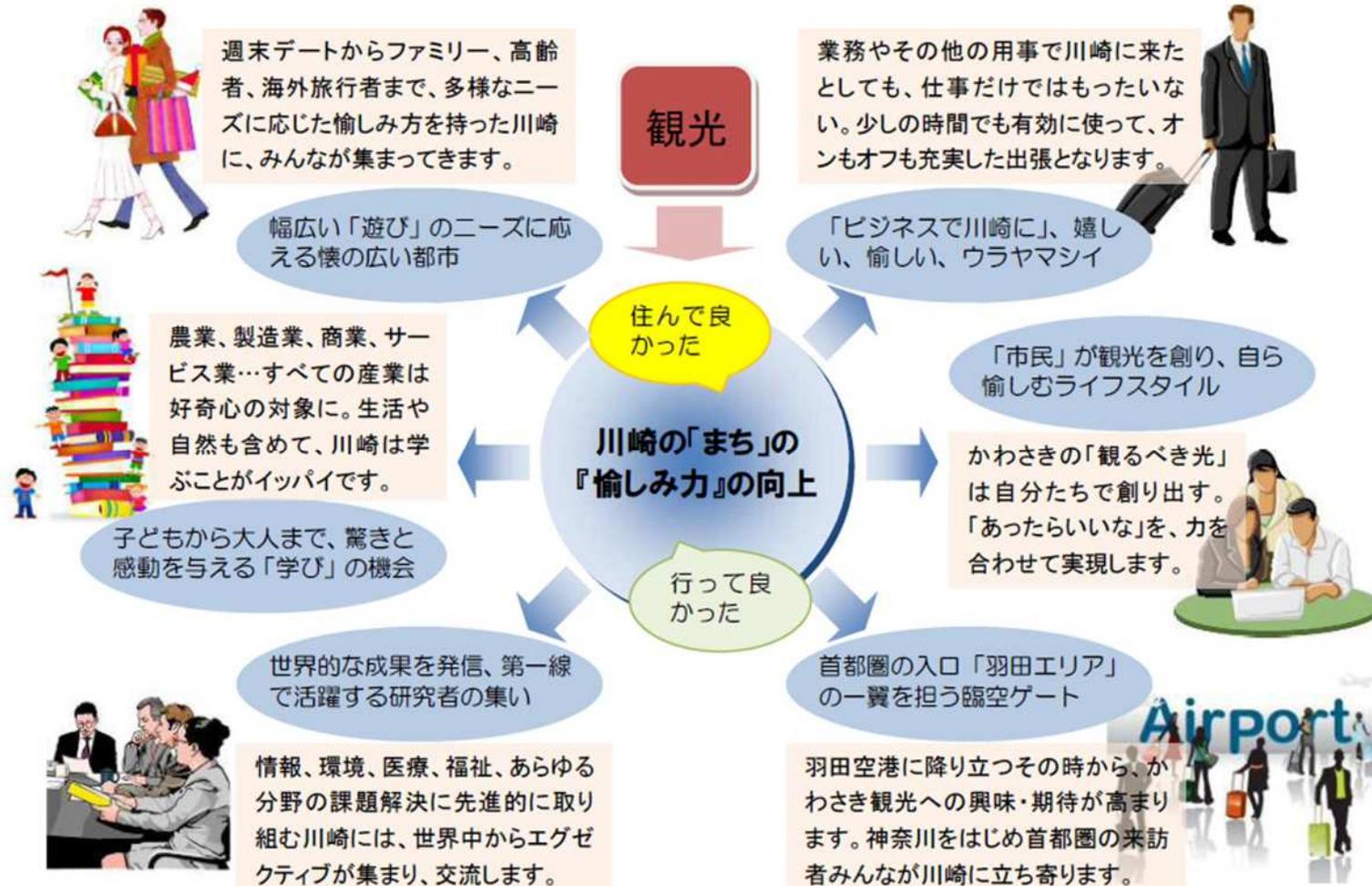
- 誰もが愉しめる観光価値の創出による都市の魅力向上
- 交流機会の拡大による、生活の質の向上と地域経済の活性化



抜粋：新・かわさき観光振興プラン(H28～R7)

観光振興の基本理念

- 川崎の「まち」の『ゆしみ力』の向上
～「住んで良かった」、「行って良かった」を目指して～



抜粋：新・かわさき観光振興プラン（H28～R7）

これまでの主な取組【観光振興】

概要 背景 取組 成果 まとめ

令和元年度

令和2年度

令和3年度



日本民家園での藍染め体験の様子を発信する
フランス人インフルエンサー



工場夜景サミットin川崎の開催
(オンラインに変更)



新型コロナウイルス感染症の影響により、
市内宿泊施設でのデユース「かわさきテ
レワーク応援プラン」の販売を支援

令和元年度までは、成果指標で掲げた目標は概ね達成しておりました。令和2年度以降は、新型コロナウイルス感染症拡大により、国内外の旅行者の激減や観光施設の休館、各種事業の中止などにより、目標を下回りましたが、コロナ禍でも実施可能な事業のスキームとして、マイクロツーリズムを推進するなど一定の進捗がありました。

＜観光振興の主な課題＞

- 新型コロナウイルス感染症の影響により、国内外の観光客が減少していますが、今後の観光振興の回復及びその先の拡大を見据え、多くの人々を魅了するための魅力ある観光資源の創出や活用に向けて取り組むとともに、観光情報の積極的な発信等を進めていく必要があります。
- 令和6(2024)年に市制100周年を迎えることなどを契機に、観光振興を通じて、本市の更なる魅力向上につなげていく必要があります。

①観光振興事業

概要 背景 取組 成果 まとめ

＜新・かわさき観光振興プランに基づく施策の展開＞

- 「新・かわさき観光振興プラン」に基づく168の取組の進捗状況について、毎年度、川崎市観光振興計画推進委員会（附属機関）で評価・確認

＜本市の多彩な観光資源の魅力発信と多様な広報戦略の実施＞

- 川崎市観光パンフレット「かわさき日和り」や観光協会ホームページ等で、本市の多彩な観光資源の魅力を発信

＜旅行者の利便性が高い川崎での観光案内の提供＞

- 「かわさききたテラス」において、個々人のニーズに合わせた観光案内を提供

＜住宅宿泊事業（民泊事業）の適正な運営確保と活用＞

- 住宅宿泊事業法に基づく届出について、令和4年度は延べ4件（新規2件、変更1件、廃止1件）、令和5年度は延べ19件（新規12件、変更5件、廃止2件）の届出を受理

＜外国人観光客の誘客促進及び観光客受入体制の充実＞

- 本市への誘客を促進するため、羽田空港第3ターミナルにある観光情報センターでの観光情報の発信や、大田区・品川区・川崎市の連携によるタイ旅行博における旅行商品のPRなど、各種プロモーションを実施
- ナイトタイムエコノミーの取組として「川崎夜市」を開催（R4_屋台：20店舗、バル：57店舗、R5_屋台：33店舗、バル：61店舗）
- 地方創生臨時交付金を活用し、川崎市の魅力や市内を巡るツアー等を掲載した海外向け特集ページを開設
- 外国人観光客向けの定期ツアーを官民連携により企画し、民間事業者による販売がスタートしました

＜市民文化の創造と地域経済の活性化を推進するかわさき市民祭りの開催＞

- 「かわさき市民祭り」を富士見公園一帯で開催。市内の名産品や全国市町村のふるさと物産品が並ぶバザール、各種体験イベントを実施（来場者 R4：40万人、R5：54万人）



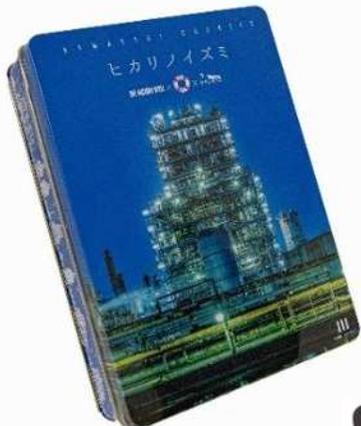
川崎夜市



かわさき市民祭り

②産業観光推進事業

概要 背景 取組 成果 まとめ



ヒカリノイズミ



海外向けSNS

<本市の強みを活かした産業観光ツアー及び工場夜景ツアーの推進>

- 人気ゲームとコラボした工場夜景ツアーを民間事業者との連携により初めて実施し、国内外の誘客に繋げることができました。また、高津区に本社・工場を有する株式会社泉屋東京店との連携により、工場夜景をテーマとしたクッキー「ヒカリノイズミ」が令和5年6月8日に発売されました。

<教育旅行誘致活動の実施>

- 産業観光を軸とした教育旅行の誘致に向け、各企業等と工業高校・高等専門学校を主な対象とした学習プログラムの調整を行いながら受入につなげたほか、新たに等々力競技場やビーチバレーボールナショナルトレーニングセンター競技別強化拠点などでの受入調整を行うなど、川崎ならではの教育旅行メニューの充実を図りました。

<川崎工場夜景等のガイド養成>

- 「ようこそ！かわさき検定」の合格者を対象とした工場夜景等のガイド養成講座を開催し、受講者のうち令和4年度は4名、令和5年度は3名が、OJT研修に移行しました。今後、民間企業が実施するツアーのガイドとして、さらなる育成を進めます。

<インバウンド観光の推進>

- 中国・台湾・香港などアジア向けプロモーションを目的として、川崎駅周辺の魅力を東京導遊図に掲載したほか、海外向けにSNSを活用して市内の観光資源に関する情報を発信するなど、インバウンド需要の拡大に向けて本市のPRを行いました。（参考：R5海外向けSNS（Facebook、Instagram、X）フォロワー総数：81,477人(R4：63,286人)）

③市制記念花火大会事業

概要 / 背景 / 取組 / 成果 / まとめ

花火大会を安全に楽しんでもらうとともに、「ふるさと・川崎」の意識を醸成しながら、市内観光産業の活性化を図ります。

令和4年度は新型コロナウイルス感染症の影響により中止となりましたが、令和5年度は4年ぶりの開催に向け、警察・消防等の関係機関と綿密に協議・調整を行い、音楽花火・ステージイベントの実施や、多くの飲食屋台を設置する等、来場者が安心して楽しめる大会を開催しました。

収入増加の取組として、新たな協賛メニューの創設や新規協賛企業の開拓に取り組んだほか、魅力的な席種の新設や新たに自由席エリアを設定するなど、有料協賛席販売増に向けた取り組みを行い、7,589席の販売となりました。

・有料協賛席チケット販売数

	R4年度	R5年度
目標（席）	5,250	5,250
実績（席）	大会中止	7,589

※2人用席は2席、4人用席は4席とカウント

動画広告協賛特典の創設や安全な観客誘導



約23万人の来場がありました



会場内に大型ビジョンを設置

魅力的な席種の新設や新たに自由席エリアを設定



自由席エリア



リクライニングシートのデラックス席



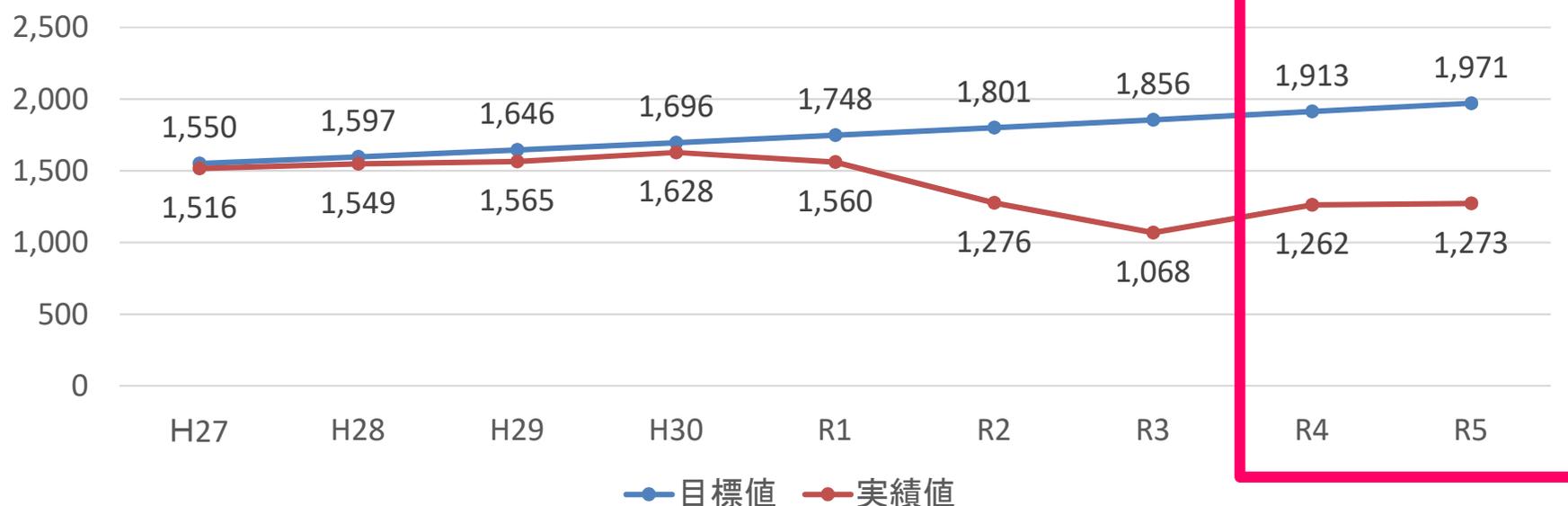
物価高騰や人件費高騰等の影響を大きく受けるため、花火大会の持続的な開催に向けて、協賛金収入の確保を図るとともに、新たな収入増加策を検討する必要があります。

成果指標①の達成状況(目標未達成)

主要観光施設の年間観光客数

- 平成30年までは、目標値を下回ってはいるものの、上昇傾向であったものが、令和元年の新型コロナウイルス感染症の影響により、大幅な減少傾向に転じました。コロナ収束とともに回復傾向に転じてはいるものの、コロナ前の水準には及ばない状況にあります。
- 令和4年については、目標を651万人下回りました。また、令和5年については、実績はわずかに回復したものの、目標との乖離はさらに大きくなり698万人下回りました。

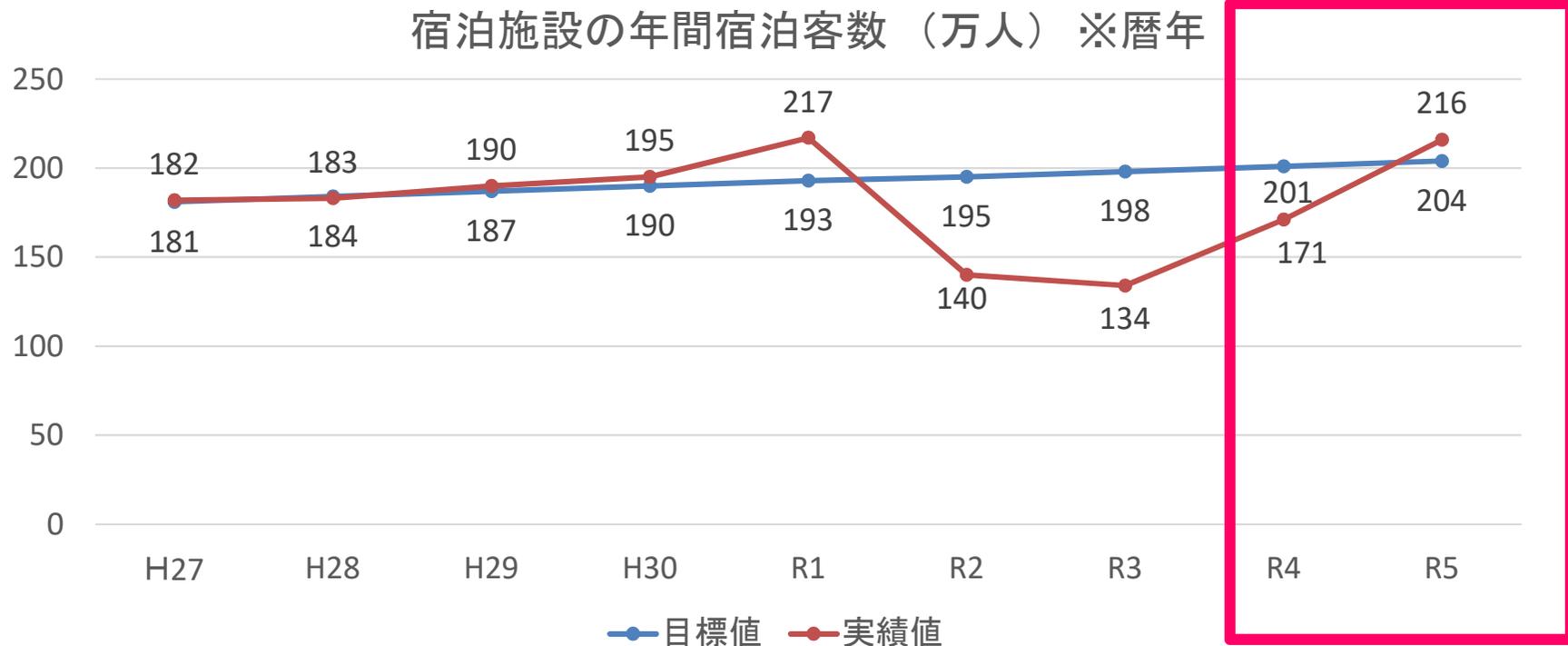
主要観光施設の年間観光客数(万人) ※暦年



成果指標②の達成状況(目標達成)

宿泊施設の年間宿泊客数

- 令和元年までは、目標値を上回って推移しましたが、新型コロナウイルス感染症の影響により、大幅に目標を下回りました。コロナ収束とともに回復傾向に転じ、令和5年には再び目標を上回りました。
- 令和4年については、目標を30万人下回りました。令和5年については、目標を12万人上回りました。

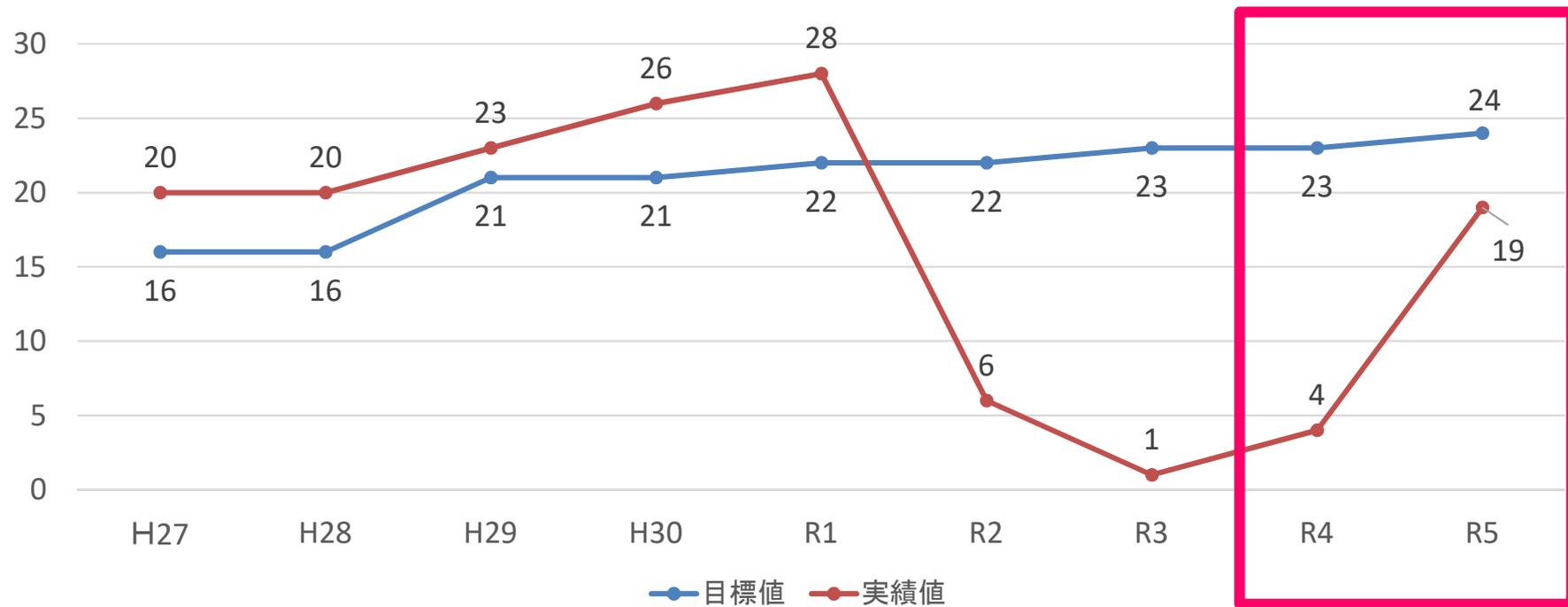


成果指標③の達成状況(目標未達成)

宿泊施設の年間宿泊客数【外国人】

- 令和元年までは、目標値を上回って推移しましたが、新型コロナウイルス感染症の影響により、大幅に目標を下回りました。コロナ収束とともに回復傾向に転じてはいるものの、コロナ前の水準には及ばない状況にあります。
- 令和4年については、目標を19万人下回りました。令和5年については、目標を5万人下回りました。

宿泊施設の年間宿泊客数【外国人】(万人) ※暦年

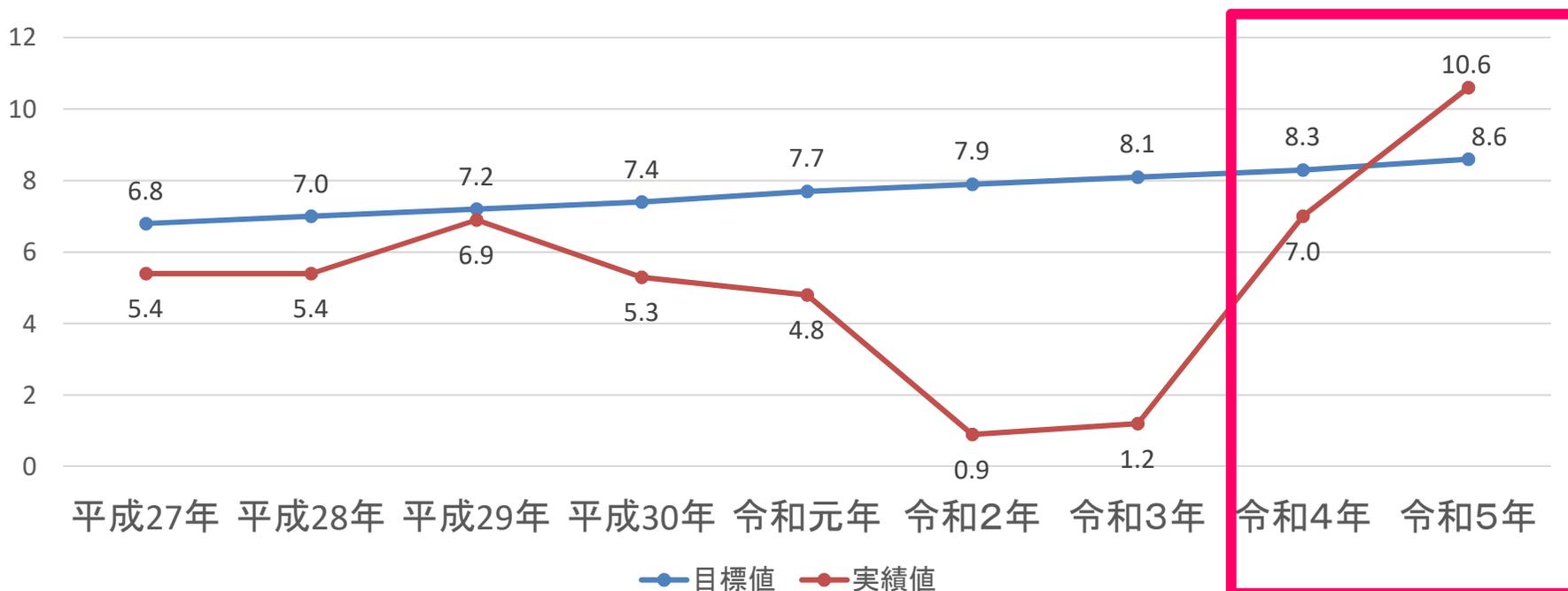


成果指標④の達成状況(目標達成)

工場夜景・産業観光ツアーの年間参加者数

- 目標を下回って推移していたものの、新型コロナウイルス感染症により底打ちしたのち、令和4年から新たな工場夜景ツアーの造成等が進んだことで参加者数を増加させることができ、令和5年に初めて目標を上回りました。
- 令和4年については、目標を1.3千人下回りました。令和5年については、目標を2千人上回りました。

工場夜景・産業観光ツアーの年間参加者数(千人)



成果指標①～④の成果分析

指標①～④の成果分析

- 指標のうち、②宿泊施設の年間宿泊客数、④工場夜景・産業観光ツアーの年間参加者数については、新型コロナウイルス感染症の影響があったものの、令和5年には目標を達成しました。
- 指標のうち、未達成であった①主要観光施設の年間観光客数について、数字の多くを占める施設にヒアリングを行ったところ、新型コロナウイルス感染症の影響から施設への来訪機会が変容し、コロナ以前の水準に戻ることの難しさがあると聴取したところであり、各施設とも連携を図りながら、幅広く誘客に資する取組を行う必要があります。
- また、同様に未達成であった③宿泊施設の年間宿泊客数【外国人】については、新型コロナウイルス感染症に関する水際対策が令和5年4月29日0時まで継続していたにもかかわらず、令和5年の値が目標の8割程度まで到達していることから、令和6年以降は目標達成が十分に見込まれる状況にあります。
- いずれの指標についても人数に関する指標であり、観光庁の「観光立国推進基本計画（第4次）」では「質の向上を強調し、人数に依存しない指標」へと観光施策の目的意識について変化がみられていることも踏まえ、令和7年度末の「新・かわさき観光振興プラン」の終了を見据えた観光行政の検討においても、指標設定の考え方や施策との連携状況なども含めて、今後、川崎市観光振興計画推進委員会での審議・検討を行うことといたします。

その他の成果(定性的な成果)【観光振興】

概要 / 背景 / 取組 / **成果** / まとめ

- 教育旅行誘致は令和5年度から本市企業への就職の導線づくりとしての意味も含めて、工業高校・高専を主なターゲットとしており、令和5年度には2校の工業高校の受入に繋げることができました。
- ゲームとのコラボによって川崎工場夜景は海外メディアへも露出したほか、テレビや新聞をはじめとした多くのメディア対応を行うことで、川崎市の魅力発信に貢献しました。



YouTube動画
「MIDGAR Night Cruise FINAL FANTASY VII REMAKE」
ダイジェスト

競輪場整備事業の背景

- 川崎競輪場は、富士見周辺地区に設置されましたが、当該地区は競輪場や野球場(当時)などのレクリエーション施設がその多くを占め、公園本来の緑地や広場が少なく都心における総合公園としての機能の回復が求められていました。
- このような中で、「富士見周辺地区整備基本計画」が取りまとめられ、競輪場については、「公園との調和に配慮したうえで、現位置でコンパクト化するとともに、多目的な活用ができることをめざす」とされました。
- この基本計画の考え方を踏まえ、「持続可能な事業運営」「コンパクト化」「多目的な市民利用」「イベント利用や市民開放」などを検討し、平成22年に「川崎競輪再整備基本計画」を取りまとめ再整備に取り組んでいます。



整備前



整備後

競輪等開催・運営事業の背景

概要 背景 取組 成果 まとめ

- 戦後復興と地方自治体の財源確保を目的として、本市においては、昭和24年に全国で5番目の競輪場として開設しました。
- 本場最高入場者数は、昭和49年度に年間約160.6万人を記録しましたが、その後は減少が続き、令和4年度の年間入場者数は約4.9万人となっています。
- 年間の本場最高売上は、平成3年度に約540.9億円を記録しましたが、その後急激な売上の減少が続き、平成25年には約141.6億円まで落ち込みましたが(※)、ネット投票の売上の増加もあり、令和4年度の売上は約212.2億円と回復傾向となっています。
(※平成23年度は、売り上げが約117.9億円だが、東日本大震災で主要レースが開催できなかったため除外)
- 競輪事業の実施に伴う市への繰り出し金としては、開設1年目の昭和24年度に約1.1億円を繰り出したのをはじめに、平成3年度には最大の54億円の繰り出しを行うなど、令和4年度末時点での市への繰り出し金の総額は、約1,287.3億円となっています。



昭和24年頃の川崎競輪場の様子



平成21年サマーナイトフェスティバルの様子

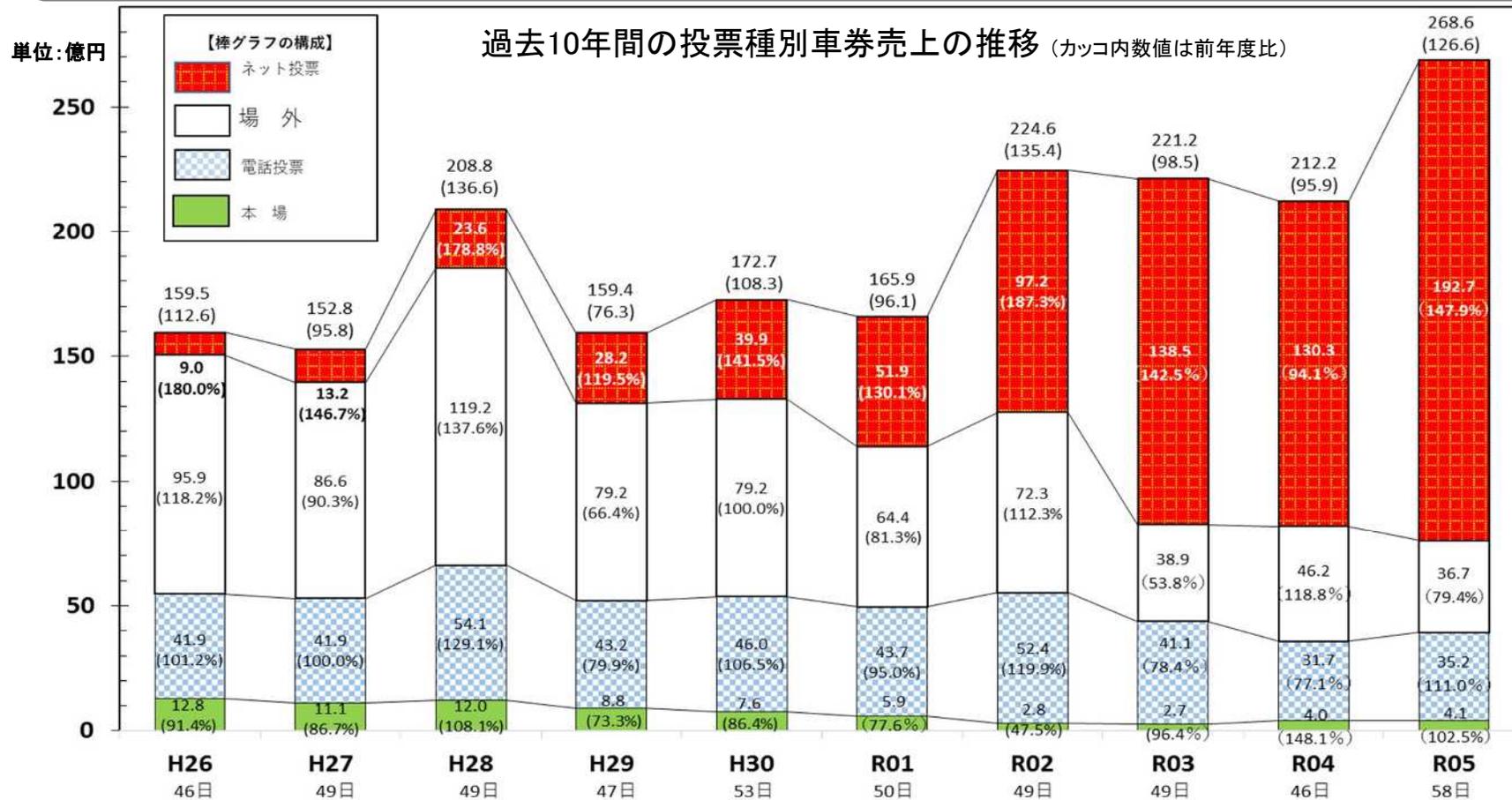


競輪開催・運営事業の背景

車券売上の推移

概要 背景 取組 成果 まとめ

- 競輪開催の日数による変動があるものの、平成26年度から令和5年度までの10年間の推移をみると、売上金の平均は約194.6億円となっており、令和5年度の売上金は約268.6億円となっています。
- 構成要素としては、来場者の減少に伴い、本場での売上が約12.8億円(構成比8.0%)から約4.1億円(同1.5%)に減少する一方、インターネットによる投票が約9.0億円(同5.6%)から約192.7億円(同71.7%)に増加しています。



※1千万円未満は四捨五入としているため、総数と内訳の合計とが一致しない場合があります。

競輪場整備事業の主な取組

概要 背景 **取組** 成果 まとめ

- 「持続可能な事業運営の確立に向けた施設づくり」を目標とし、下記について取り組みました。

①川崎競輪場施設整備の推進

・東サイドスタンド解体撤去工事

跡地は選手駐車場とバンクを支える擁壁として利用しています。

・バンク全面改修工事

全面改修は約30年振りで、バンク以外にも審判塔新設や東サイドのバンク照明LED化等の工事も同時に行っています。

・ハードケース置場新設工事

選手の自転車ケース(ハードケース)を保管する場所で、新設工事を行いました。

②競輪場施設・設備の耐用年数に応じた老朽化設備の更新工事及び維持修繕工事の実施

- ・メインスタンド受変電設備改修工事、メインスタンド1階立見席照明器具更新工事等

更新されたメインスタンド照明



東サイドスタンド撤去後の選手駐車場



新設したハードケース置き場



全面改修したバンク

競輪等開催・運営事業の主な取組

概要 背景 取組 成果 まとめ

【包括的な業務委託による柔軟かつ効率的・効果的な事業運営の実施】

- ・競輪場内へのBMX・スケートボード場や大型映像装置の設置

【効率的・効果的な競輪開催に向けた取組の推進】

- ・記念(GⅢ)競輪1回、FⅠ開催7回、FⅡ開催7回、ミッドナイト競輪開催4回を実施

【競輪の社会的認知度の向上、市民に親しまれる競輪場づくりに向けた取組の推進】

- ・選手会と協力の上、バンク開放イベント(3回)、小学校への出張授業等(2回)、区役所等と連携したスポーツイベントへのブース出展(6回)を実施
- ・音楽フェスや出初式のほか、交通安全教室やテロ対策訓練等、地域イベントや様々な訓練、その他体育振興等に向けた競輪場施設の開放を実施
- ・競輪開催時に、芸能人(U字工事・とにかく明るい安村・ものまね芸人のみはるなど)によるステージイベントやこども縁日、九ちゃんパークなど、ファミリーも楽しめる様々なイベントを実施



現在の川崎競輪場の様子

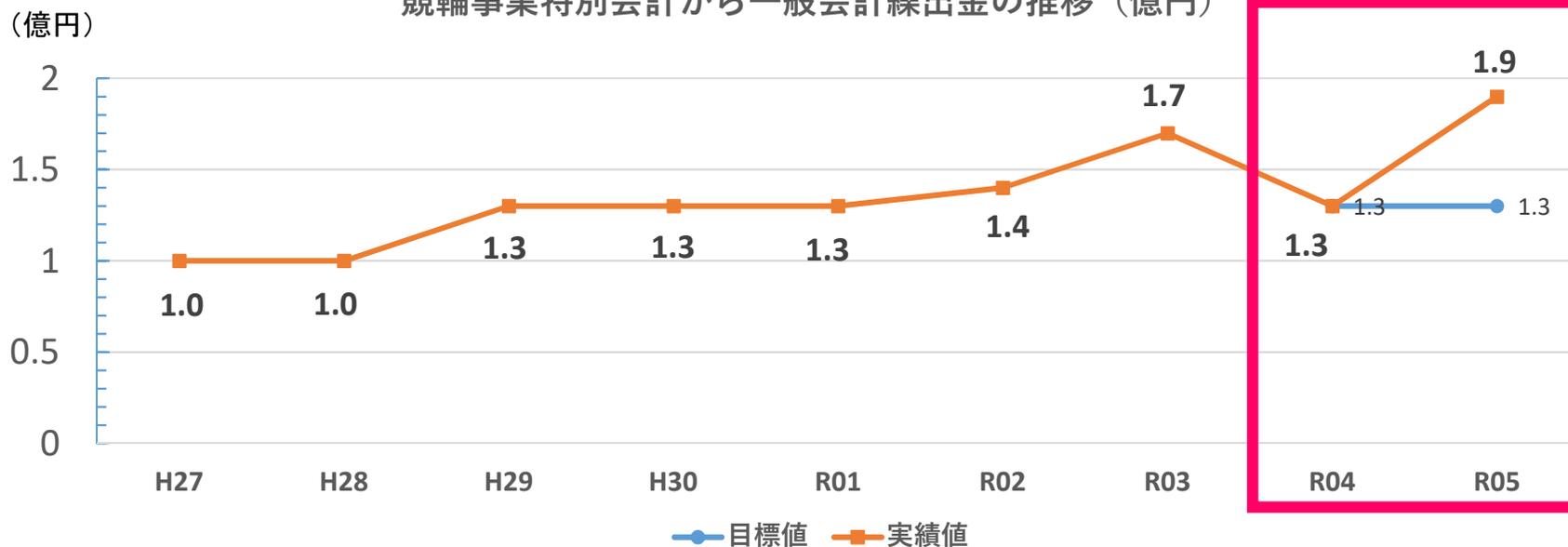
成果指標⑤の達成状況(目標達成)

競輪事業の一般会計繰出金

概要 / 背景 / 取組 / **成果** / まとめ

- 一般会計への繰出金については、第3期実施計画策定時から新たに成果指標として設定されました。令和4年度から令和6年度までの目標は1.3億円以上、令和7年度は1.4億円以上の繰出を目標としています。
- 包括的な業務委託等による運営の効率化や収益増に向けた取組などについて更なる精査を行うことで各種業務等を改善し、「持続可能な事業運営の確立」、「市民に親しまれ地域に貢献する競輪場づくり」を推進し、一般会計への繰出金の確保への取組を継続します。

競輪事業特別会計から一般会計繰出金の推移 (億円)



	H27	H28	H29	H30	R01	R02	R03	R04	R05
実績	1.0億円	1.0億円	1.3億円	1.3億円	1.3億円	1.4億円	1.7億円	1.3億円	1.9億円



その他の成果(定性的な成果)【競輪場整備事業】

概要 / 背景 / 取組 / **成果** / まとめ

- 計画的に競輪場の改修工事を実施することで、来場者等の安全・安心や安定した競輪開催を確保することが出来ました。
- 併せて、来場者がより鮮明に競輪を見ることが出来るよう、金網だったバンクフェンスについてメインスタンドのホームストレート部分について、ポリカーボネートフェンスに変更し、来場者の満足度の向上を図りました。
- さらに、来場者が競輪選手を間近に見られ、親近感を感じることができるよう、フェンス外側にインタビューエリアを新設することでの集客効果を高めることが出来ました。



金網から変更したポリカーボネート前の様子



新設したインタビューエリア前の様子

その他の成果(定性的な成果)【競輪等開催・運営事業】

概要 / 背景 / 取組 / 成果 / まとめ

- バンク内観戦ツアーの実施、ガールズ競輪やミッドナイト競輪の開催や他都市に競輪場借上げ開催を行い収益の向上を図るとともに、BMX・スケートボード教室、子供縁日などのファミリーイベントや地元商店街と連携して街角ミュージックを実施するなどにより、競輪事業のイメージアップや認知度の向上を図りました。



競輪レースの様子



本場開催時のイベントの様子



ファミリーイベントの様子



街角ミュージックライブ等の様子



施策の進捗状況

概要 / 背景 / 取組 / 成果 / まとめ

施策の進捗状況 B 一定の進捗がある(目標達成に向けて進捗している)

理由

- ① 「観光振興事業」については、主要観光施設の年間観光客数がコロナ前の水準にまで回復していない状況であることから、目標を達成できませんでした。各施設等のニーズも踏まえたうえで宿泊客やインバウンドの送客などを連携して取り組むなど、誘客を促進させていく必要があります。また、「産業観光推進事業」については、川崎工場夜景のツアー造成を進めたことにより指標を上回ることができました。
- ② 「市制記念花火大会事業」については、有料協賛席販売数が目標を上回りましたが、物価高騰や人件費高騰等の影響を大きく受けるため、花火大会の持続的な開催に向けて、協賛金収入の確保を図るとともに、新たな収入増加策を検討する必要があります。
- ③ 「競輪場整備事業」「競輪等開催・運営事業」では、持続可能な事業運営に必要な整備改修を実施するとともに、包括的な業務委託における民間事業者の柔軟な発想によりバンク内からの観戦エリアを新設しファンサービスの向上等を図ることで、一般会計への繰出金は目標を上回っており、順調に進捗しています。

【施策の進捗状況区分】

- A 順調に推移している(目標を達成してる)、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 進捗は大幅に遅れている(目標達成が難しい可能性がある)

施策の今後の方向性

今後の方向性

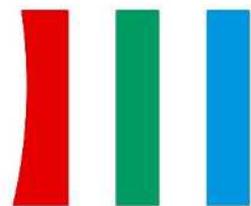
Ⅱ 概ね効果的な構成である(一部見直し等の余地がある)

理由

- ① 「観光振興事業」については、インバウンドコンテンツの造成を進めるほか、誘客の取組を促進させるとともに、令和7年度末の「新・かわさき観光振興プラン」の終了を見据えた観光行政の検討においても、指標設定の考え方や施策との連携状況なども含めて、今後、川崎市観光振興計画推進委員会での審議・検討を行うことといたします。また、「産業観光推進事業」については、引き続き川崎工場夜景のブランディングや商品造成を進めるとともに、教育旅行誘致活動などにより、本市産業の魅力を広くアピールしていくことで、本市のプロモーションにつなげていきます。
- ② 「市制記念花火大会事業」については、今後も世田谷区たまがわ花火大会と合同開催することにより、効率的かつ効果的に開催していきます。集客促進に向けた魅力ある花火プログラムの企画や積極的な広報を行い、有料協賛席チケットの販売数増加に向け、引き続き改善を図ります。
- ③ 「競輪場整備事業」「競輪等開催・運営事業」は、包括的な業務委託による柔軟性・効率化を進め、施策の改善を図りながら、競輪場の魅力向上・収益向上に向けて推進していきます。

【今後の方向性区分】

- I 効果的な事業構成である(現状のまま継続する)、Ⅱ 概ね効果的な構成である(一部見直し等の余地がある)
Ⅲ あまり効果的な事業構成でない(見直し等の余地が大きい)、Ⅳ 事業構成に問題がある(抜本的な見直し等が必要である)



Colors, Future!

いろいろって、未来。

川崎市