

# Colors,Future! Actions 推進ビジョン

～川崎市市制100周年記念事業のレガシー～

COLORS  
FUTURE!  
ACTIONS  
KAWASAKI 100th



川崎市市制100周年記念事業・全国都市緑化かわさきフェア実行委員会  
令和7（2025）年8月

# Colors,Future! Actions推進ビジョンについて

市制100周年記念事業（以下、「記念事業」とする）については、市制100周年という歴史的な節目に、川崎市に関わる多くの方に「川崎を知って、記念事業に関わって、川崎を好きになって」いただくため、先人の努力や功績に感謝し、時代とともに変貌してきた川崎市のこれまでのあゆみや歴史・文化を知り、川崎市の発展を支えてきた「多様性」の価値を改めて共有し、市民に「愛着」と「誇り」を持っていただく機会とするとともに、将来にわたって、誰もが暮らしやすい笑顔あふれる「最幸のまち」へとつなげていくための、未来に向けた活力ある「あたらしい川崎」を生み出していく新たなスタートラインとするため、さまざまな市民・企業・団体等とともにオール川崎市で取り組んできました。

記念事業の成果を踏まえ、記念事業終了後もさまざまな市民・企業・団体等と川崎市が連携しながら、市制100周年を契機とした「あたらしい川崎」を生み出していく取組を着実に継続・発展させていくことを目的に、実行委員会として「Colotrs!Future! Actions推進ビジョン」をとりまとめました。今後は、このビジョンに基づき、「あたらしい川崎」を生み出していく取組を進めていきます。

COLORS,  
FUTURE!  
ACTIONS  
KAWASAKI 100th



# 市制100周年記念事業について

## ● 実行委員会における企業・団体等の参画状況

記念事業をオール川崎市で取組を進めるため、さまざまな企業、団体、川崎市等で構成される「川崎市市制100周年記念事業・全国都市緑化かわさきフェア実行委員会（以下「実行委員会」とする。）」を設立し、共同事務局における議論や幹事会における審議、総会での意思決定など、市民、企業、団体等と官民連携で、協賛による資金や物品等を活用しながら、共創の取組を進めてきました。

### 実行委員会参画団体数

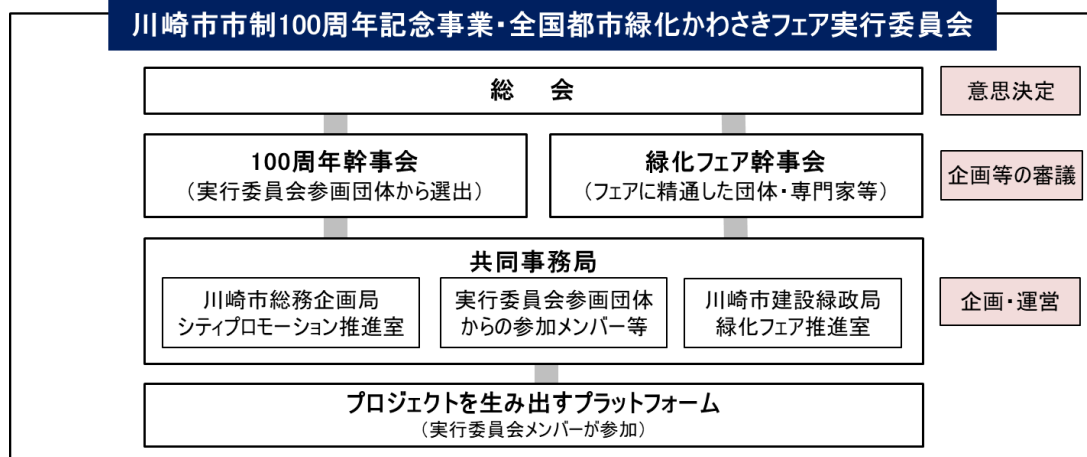
団体数	R4年度	R5年度	R6年度
目標	300	310	320
実績	311	383	397

### 100周年幹事会

実行委員会が主体となって行う記念事業の企画及び実施に関すること等の審議を実施

	幹事会参加企業
1	川崎信用金庫
2	川崎商工会議所
3	株式会社 チッタ エンタテインメント
4	かわさき若者会議
5	川崎市PTA連絡協議会
6	かわさき市民放送株式会社
7	社会福祉法人川崎市社会福祉協議会
8	一般社団法人川崎市観光協会
9	新百合ヶ丘エリアマネジメントコンソーシアム
10	富士通株式会社
11	日本電気株式会社
12	味の素株式会社

### 川崎市市制100周年記念事業・全国都市緑化かわさきフェア実行委員会



### 共同事務局

民間企業が持つノウハウを生かして、実行委員会主催事業等の企画・検討を実施

#### 共同事務局参加企業

- 味の素株式会社
- 富士通株式会社
- 株式会社ホリプロ

### 協賛等の状況

趣旨に賛同いただいた企業・団体・個人等からの協賛等

協賛等種別	金額（税抜き）
資金協賛	122,115,000円
物品等協賛	85,196,608円
広告協賛	66,772,814円
寄附	29,240円
合計	274,288,334円

# 100周年記念事業について

## ●実行委員会主催事業の実施状況

「Colors, Future! Actions」を体現する事業である「実行委員会主催事業」について、実行委員会の共同事務局を中心に検討を進め、市民、企業、団体等との共創により11の事業を創出し、取組を進めました（全国都市緑化かわさきフェア・市制100周年記念式典含む。）。



川崎の魅力を再発見し、川崎の未来づくりへの参加のきっかけとなるフェス&カンファレンス「**Colors,Future! Summit**」

参加者数：令和5(2023)年度 約1.3万人  
令和6(2024)年度 約2.3万人



市役所通りを歩行者空間とし、公共空間の更なる有効活用とにぎわいの創出を図った「**みんなの川崎祭**」

参加者数：令和5(2023)年度 約4万人  
令和6(2024)年度 約11万人



市制記念日に合わせて、等々力緑地全体を活用し、官民連携でにぎわいの創出を図った「**かわさき飛躍祭**」

参加者数：令和6(2024)年度 約18万人



脱炭素のまちかわさきを目指し、先行的取組として「宅配再配達削減」に向けて取組を行った「**かわさき脱炭素プロジェクト**」

令和6(2024)年度  
市全体で13,606kgのCO2を削減



音楽を通じたコミュニティの創出による地域社会の活性化と活動の場の創出を図る「**ここから未来プロジェクト**」

参加者数：令和6(2024)年度 約2千人



「みどりでつなげる、暮らしやすく、住み続けたいまち、かわさき」の創出を図る「**みどりの共創プロジェクト**」

参加者数：令和5(2023)年度 約500人  
令和6(2024)年度 約7千人



100周年のフィナーレとして「ドラえもん」を起用して実施した「**未来っていいな☆まつり～夢を集めて川崎100周年～**」

参加者数：令和6(2024)年度 約3.2万人



提案型事業①「風とリズムのバラード」を実施した「**まんなかフェス**」と②「**子どもの力で川崎の未来をかえるプロジェクト**」

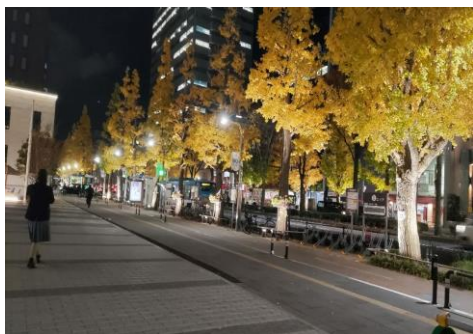
①参加者数：令和6(2024)年度 約6万人  
②参加者数：令和6(2024)年度 約2千人



# 100周年記念事業について

## ●市主催事業の実施状況

川崎市が主催する事業として、各局区の施策・事務事業に取り組む中で一步先を目指す+αのチャレンジを行い、市制100周年を盛り上げるイベントやこれからの100年を担う若年層への取組など、158の事業を展開しました。



市役所通りのイチョ並木を、再生可能エネルギーを活用して実現した、「市役所通りをライトアップ」



車いすランや未就学児部門の創設など、誰もが楽しめる大会として開催した「かわさき多摩川マラソン」



川崎駅西口周辺の事業者や町内会、商店街等と連携し、民間施設や公共空間等を活用して実施した「さいわいにぎわいフェス」



鷺沼駅前の商店街等と連携し、公共空間等を活用しながらにぎわいの創出や魅力発信を図った「鷺沼駅周辺における、多様な主体と連携した公共空間づくり」



市制100周年をきっかけに、学校や地域の良いところを探し、学習したことを発信する「学校e～ね★サミット」



未来のまちづくりをテーマとし、近隣保育所や地域の親子と一緒に取り組む「子どもたちが考える未来のかわさをデザイン」



パネルや体験型展示等、市内4会場をめぐる「川崎の発展と環境の歴史を振り返り未来を考える企画展」



地域包括ケアシステムに賛同する民間企業・団体による新しいイベント「人生100年時代に備える地ケアフェア」

# 100周年記念事業について

## ●市民・企業・団体等による自主的な参加状況

100周年の趣旨に賛同する多くの市民、企業、団体等の皆様に、実行委員会参画団体主催事業・パートナー主催事業としてさまざまなActionに自主的に取り組んでいただき、100周年を一緒に盛り上げていただきました。

### 事業の実施状況

#### 事業の 登録件数

実行委員会参画団体主催事業は**287件**、  
パートナー主催事業は**151件**が登録された。

※パートナー主催事業…市民や実行委員会に参画していない企業、団体等が参加して実施した記念事業

### 実行委員会参画団体主催事業の例



専修大学の学生による、  
15のActionテーマを網  
羅して制作した広報番  
組



川崎日航ホテルによる、  
これからの未来を創造  
する市立川崎高校の  
生徒とコラボした4つ  
のクリスマスケーキ



川崎青年会議所によ  
る、1,700名以上  
が参加した謎解き街  
歩きイベント

### パートナー主催事業の例



グリーンバード川崎駅チ  
ームとスターバックス  
コーヒー川崎地区の  
パートナー同士によ  
る、市制100周年に  
向けて100人で行う  
清掃活動



海苔問屋高喜商店に  
よる、川崎市市制  
100周年記念焼の  
り缶



市内外17飲食店に  
よる、100周年特製  
コースターを活用し  
たまちなか100周年  
PR



# 100周年記念事業について

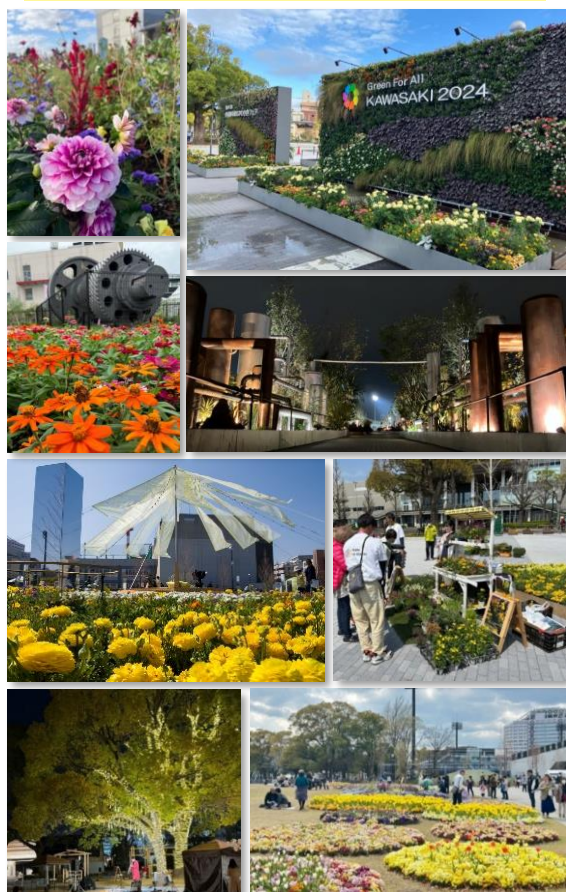
## 「全国都市緑化かわさきフェア」

＜来場者数＞ 秋・春の合計約162万人  
(秋開催：約94万人、春開催：約68万人)

＜経済波及効果＞ 135.2億円  
(うち、市内88.7億円)

全国初の  
2期開催！

### 富士見公園会場



### 等々力緑地会場



### 生田緑地会場



# 100周年記念事業について

## ● 広報及び機運醸成の実施状況

メインビジュアルを活用したシティドレッシング、公式WEBサイトやニュースレター等による広報・PRや、市制100周年を契機に新たなつながりづくりを促進する交流会等を実施し、100周年の周知や市民・企業・団体等の主体的なアクションを生み出す機運の醸成を効果的に図りました。

### メインビジュアルを活用したシティドレッシング



メインビジュアル

### 公式WEBサイトやニュースレター等による情報発信



公式WEBサイト  
ニュースレター

### イベントブース出展



R5年度	R6年度	計
36回	12回	48回

### 説明会 & 交流会の開催



日 時：令和6年8月28日（水）  
17時15分～18時30分  
場 所：川崎市コンベンションホール  
出席人数：81団体、104人

## 公式WEBサイトや市公式「X」による市制100周年に関する情報発信

・公式WEBサイトや市公式「X」で市制100周年に関する情報を随時発信し、多くの市民に市制100周年の取組等を知っていただきました。

	R5年度	R6年度	計		R5年度	R6年度	計
公式ウェブサイト記事数	362件	616件	978件	➤	公式ウェブサイトビュー数(月平均)	約4.5万回	約18.3万回 ※月平均
市公式「X」発信数(100周年関係)	128件	133件	261件		市公式「X」表示数(100周年関係)	約180万回	約612万回 約792万回

## 市制100周年に関するリリース配信数

・市制100周年に関する効果的なリリース配信を行い、多くのメディアに100周年に関する記事等が掲載されました。

R5年度	R6年度	計		R5年度	R6年度	計
18件	50件	68件	➤	掲載件数	658件	3,124件 3,782件
				広告換算値	約3億円	約16億円 約19億円



# 100周年記念事業について

## ●市制100周年記念事業に関するアンケート

市内イベント等の機会に100周年の認知度調査を実施し、段階的に100周年の認知度が向上し、令和6年度の平均は9割を超えました。

また、実行委員会主催事業等の機会を捉えて、市制100周年記念事業アンケートの調査を実施し、川崎のイメージが「良くなった」「どちらかというと良くなった」という回答が7割を超えるなど、100周年記念事業が、川崎を「知って、関わって、好きになる」ことに効果があったことがわかる結果となりました。

### 【市制100周年 認知度調査】

(回答数約6,300名)

令和6年度平均  
約92%

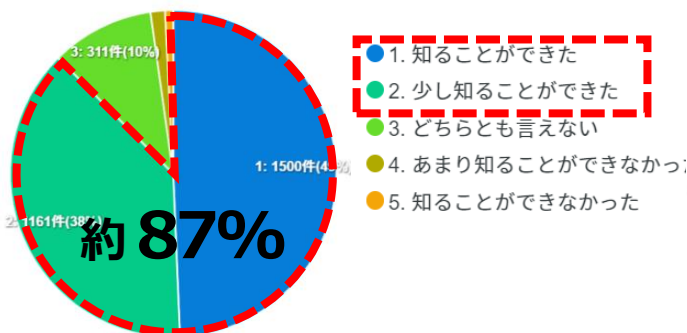
令和5年度平均  
約65%



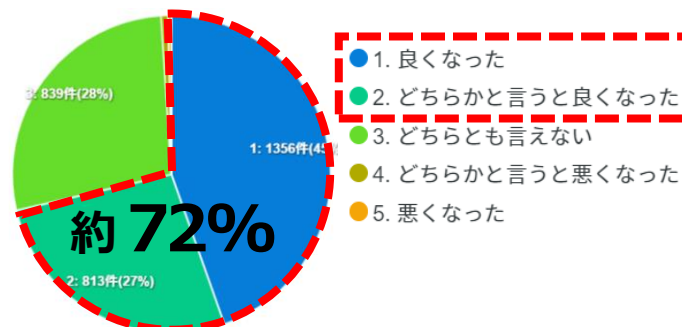
### 【市制100周年記念事業アンケート】

(回答数 3,040件)

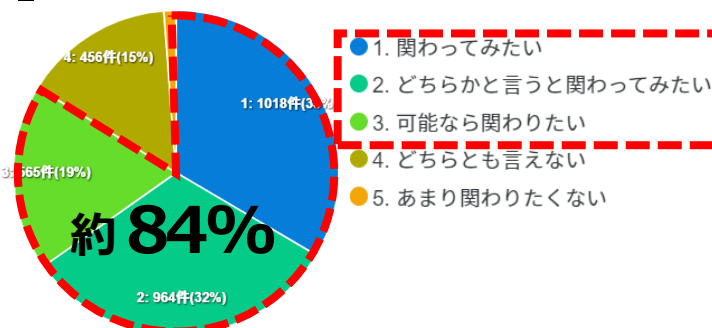
今回のイベントや100周年に関する取組で、新たな川崎の魅力を知ることができましたか。



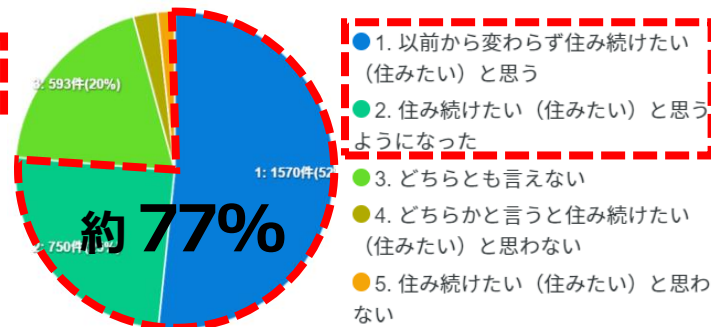
今回のイベントや100周年に関する取組で、川崎のイメージは良くなりましたか。



今回のイベントや100周年に関する取組をきっかけに、イベントへの参加など川崎のまちに関わってみたいと感じましたか。



今回のイベントや100周年に関する取組をきっかけに、市内在住の方は川崎に住み続けたい、市外在住の方は川崎に住みたいと思うようになりましたか。



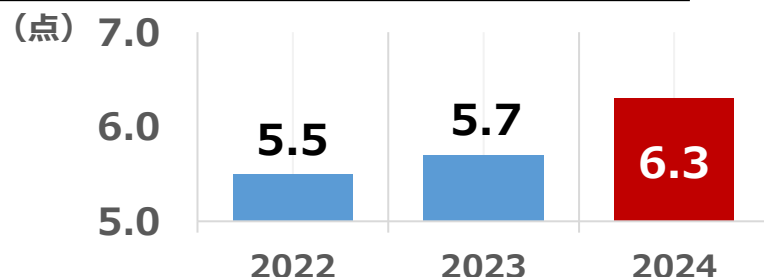
# 100周年記念事業について

## ●川崎市都市イメージ調査

毎年実施している「川崎市都市イメージ調査」の令和6年度調査結果によると、「シビックプライド指標」の川崎への「愛着」「誇り」の2項目とも過去最高値を更新し、100周年を迎えたことを「知っている」と回答した人は、「知らない」と回答した人よりも「愛着」と「誇り」の数値が上回っていることから、記念事業が市民のシビックプライドの醸成につながったと考えられます。また、「川崎市のイメージ」についても、市民、隣接都市在住者の数値がともに上昇し、市制100周年を契機に、市民に「愛着」と「誇り」を持っていただく機会とすることができました。

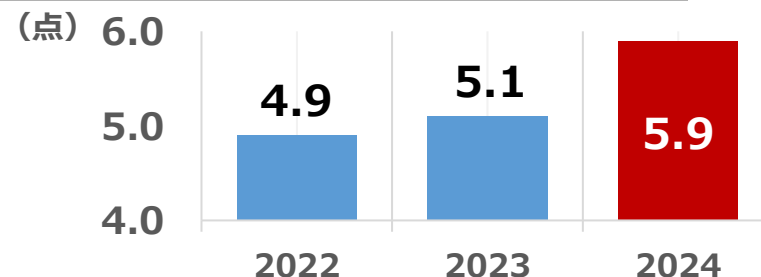
令和6年度「川崎市都市イメージ調査」の主な調査結果

### 自分が住む地域に対するシビックプライド「愛着」



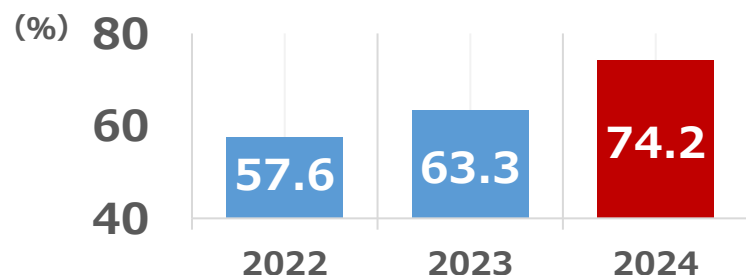
まちへの「愛着」に関する3項目を質問し、その平均値を算出

### 自分が住む地域に対するシビックプライド「誇り」



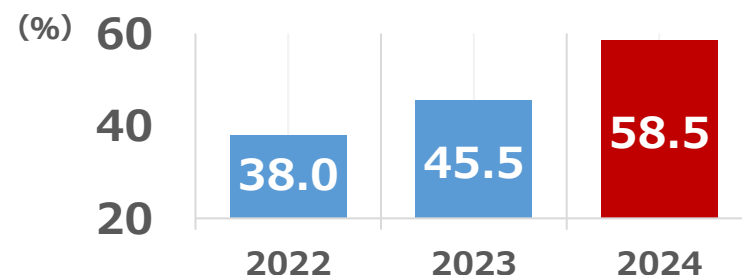
まちへの「誇り」に関する3項目を質問し、その平均値を算出

### 川崎市のイメージを「よい」と思う人の割合（川崎市）



10段階で評価し、6以上を「よい」として算出

### 川崎市のイメージを「よい」と思う人の割合（隣接都市）



10段階で評価し、6以上を「よい」として算出

調査概要 調査対象 神奈川県、東京都、千葉県、埼玉県に居住する15歳以上の男女個人  
標本数 4,000標本（内、川崎市民2,800標本）  
調査方法 調査モニターを用いた地域別インターネット調査(令和6年11月12日～11月28日)

※これらの指標は、川崎市総合計画第3期実施計画および川崎市シティプロモーション推進プラン第3期推進実施計画において、成果指標として位置付けています。



# 参考：令和6年度川崎市都市イメージ調査（市制100周年に関する分析）

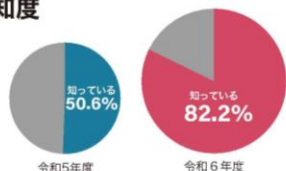
## 令和6年度川崎市都市イメージ調査

### 詳細分析 3：川崎市市制100周年に関する調査

#### 3-1 市制100周年の認知度

昨年度から調査している「川崎市が市制100周年を迎える・迎えたこと」の認知度については、川崎市民においては全体の8割を超え、大きく上昇しました。

また、年代別に見ると、昨年度は平均以下であった15～19歳が上昇しており、若年層をターゲットにした取り組みによるものと思われます。



市制100周年の認知度が大幅に上昇

#### 3-2 市制100周年を知ったきっかけ

市制100周年を知るきっかけとなったものを、令和5年度と比較します。

令和6年度は、市政だよりの特集記事、駅や街頭などの広報物で100周年を知ったひとが多く、令和6年度に本格稼働した公式サイト、イベント会場のPRブースなど、様々な手段による広報が認知度向上の理由となったことがわかります。



市政だより  
令和6年1月号、10月号表紙

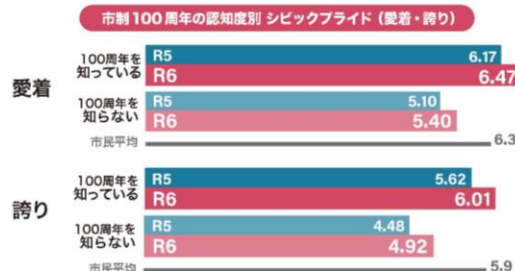


主要駅等で実施した  
シティレッシング  
市内各地のイベントに  
市制100周年PRブースを出展

伝える内容により  
広報媒体を選択することで  
大きな効果が期待できる

#### 3-3 市制100周年の認知度とシビックプライド

市制100周年を迎えたことを知っている人と、そうでない人のシビックプライド指標の差は、愛着・誇りとともに、「知っている」と回答した人は、「知らない」と回答した人の数値を大きく上回っています。

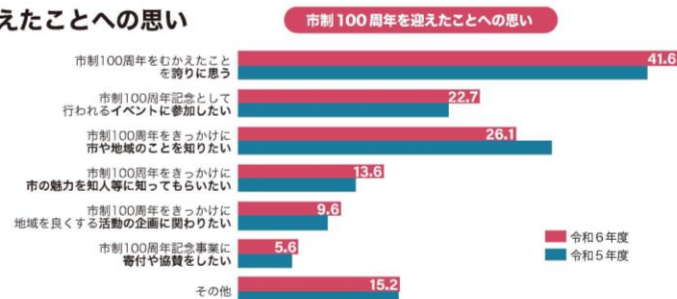


市制100周年がシビックプライド醸成に関わっている

#### 3-4 市制100周年を迎えたことへの思い

川崎市民に市制100周年を迎えたことをどう思うかを聞いた質問では、「100周年を迎えたことを誇りに思う」が最も高く、4割を超えました。

「市や地域のことを知りたい」「市の魅力を知人等知ってもらいたい」高く、市制100周年が市への愛着や誇りにつながっていることが、このデータからもわかります。



市制100周年で生まれた取組や広報実績を検証し、各地域の特色を生かしながら、全庁を挙げて市民・企業・団体と連携して川崎の魅力を発信

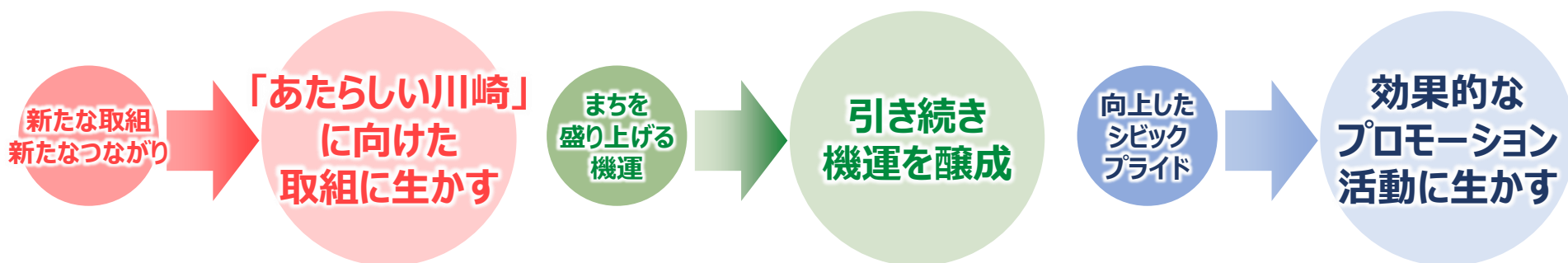
川崎をもっと  
知って、関わって、好きになる

# 市制100周年記念事業を令和7年度以降につなげるために

これらの取組成果から分かるように、実行委員会や川崎市の主催事業をはじめ、多くの方々と共創しながら記念事業に取り組んだことにより、多くの市民の皆様、川崎を知って、関わって、好きになっていただき、「愛着」と「誇り」を持っていただくとともに、これまでになかった新たな取組やさまざまな市民・企業・団体の皆様と新たなつながりを創出することができました。

こうした成果を踏まえ、記念事業終了後も「あたらしい川崎」を生み出していく取組につなげていくためには、主に以下の3点が必要です。

- ・ 100周年を契機として「あたらしい川崎」を生み出していくため、より一層の課題解決や新たな価値の創出にチャレンジしたことで生み出した「新たな取組」や「新たなつながり」については、記念事業のレガシーとして今後の川崎市の取組推進に生かしていく必要があります。一方、100周年の祝賀感や機運の醸成のために既存事業の規模を拡大して行った取組等については、例年ベースの取組に戻すことを基本としながら、今後の取組推進に生かしていく必要があります。
- ・ 100周年の実行委員会等をはじめとして、記念事業を通じて生まれたさまざまな主体同士のつながりや、官民連携や民間主体でまちを盛り上げる機運は、今後も川崎市をより良くしていくために重要であり、今回生まれたこうした機運を今後も引き続き醸成し、川崎における新たな取組の実施につなげていく必要があります。
- ・ 記念事業で向上したシビックプライドや川崎市のイメージにより、地域社会のため当事者意識を持って行動する市民の増加や、川崎に魅力を感じる企業・産業の進出などがこれまで以上に期待されます。引き続きシビックプライドの醸成等が進むよう、100周年で取り組んだ周知・PRの手法やノウハウを今後のプロモーション活動に生かし、川崎市の効果的なPRや川崎のさらなる魅力向上につなげていく必要があります。





# 市制100周年記念事業のレガシーの考え方

## 基本的な考え方

100周年記念事業後も「あたらしい川崎」を生み出していくため、「100周年記念事業を契機として生まれた多彩な事業」や、「自らまちに関わり、まちを盛り上げる市民・企業・団体等とのつながり」、「川崎を知って、関わって、好きになり、向上したシビックプライド」をレガシーとして取組を推進し、さまざまな人たちが川崎に「愛着」と「誇り」を持ち、つながりあいながら未来にチャレンジするまちを目指します。

①100周年記念事業を契機として  
生まれた多彩な事業



②自らまちに関わり、まちを盛り上げる  
市民・企業・団体等とのつながり



③川崎を知って、関わって、好きになり、  
向上したシビックプライド

継続・発展



**あたらしい川崎**

さまざまな人たちが  
川崎に「愛着」と「誇り」を持ち、  
つながりあいながら  
未来にチャレンジするまち

# 市制100周年記念事業のレガシーの考え方

## ●「あたらしい川崎」のイメージ

### さまざまな人たちが川崎に「愛着」と「誇り」を持ち、つながりあいながら、未来にチャレンジするまち

多様性を認め合い、つながり合うことで、新しい魅力や価値を生み出してきた川崎は、100周年を契機に、さまざまな分野において、市民、企業、団体等と協働・共創して多様なアクションを進め、未来に向けた活力を生みだしてきました。次の100年に向け、市民や企業等がチャレンジできる都市として選ばれるとともに、新たな可能性や価値を生み出しつづけ、川崎への「愛着」と「誇り」の向上を目指していきます。

100周年記念事業を契機として  
生まれた多彩な事業を生かし、  
社会情勢の変化に対応しながら、  
さまざまなチャレンジを行い、  
発展を続けているまち

あたらしい川崎

自らまちに関わり、まちを盛り上げる  
市民・企業・団体等が増加し、  
お互いがつながりあいながら、  
新たな可能性を見つけ、  
新しい価値を生み出しているまち

川崎へのシビックプライドや  
川崎市の良好なイメージが  
市内外から川崎のまちづくりへの参加を促し、  
それが更なる川崎の魅力向上につながる  
好循環を生み出しているまち



# 市制100周年記念事業のレガシーの考え方

## ①100周年記念事業を契機として 生まれた多彩な事業

実行委員会主催事業及び市主催事業を中心に、100周年を契機に、より一層の課題解決や新たな価値の創出にチャレンジしたことで生み出した「新たな取組」や「新たなつながり」について、事業の性質に応じた持続可能な形で、以下の7つの取組の方向性により継続・発展を図り、今後の取組推進に生かしていきます。

### 1.川崎の未来を考える

100周年で生まれた事業であり、さまざまな未来を考えるトークセッション等を行う「Colors,Future!Summit」、「脱炭素プロジェクト」など、「あたらしい川崎」を生むための官民連携の川崎の未来づくりの取組を、今後も継続して実施します。

### 2.公共空間を活用する

100周年で生まれた事業である「みんなの川崎祭」をはじめとした拠点駅周辺の公共空間を活用したにぎわいの創出の取組や「市役所通りライトアップ」など、公共空間の魅力向上を図る取組を今後も継続して実施します。



### 「あたらしい川崎」に向けた更なるチャレンジ

川崎の魅力を高め、まちの活性化を加速させるため、「Colors,Future!Summit」や「みんなの川崎祭」などの継続・発展に取り組みながら、川崎駅周辺のまちづくりと連携し、官民連携でまちのにぎわいの創出を図るとともに、川崎の更なるブランディングを目指し、取組を進めます。

#### さまざまな取組をパッケージで ブランディング・情報発信

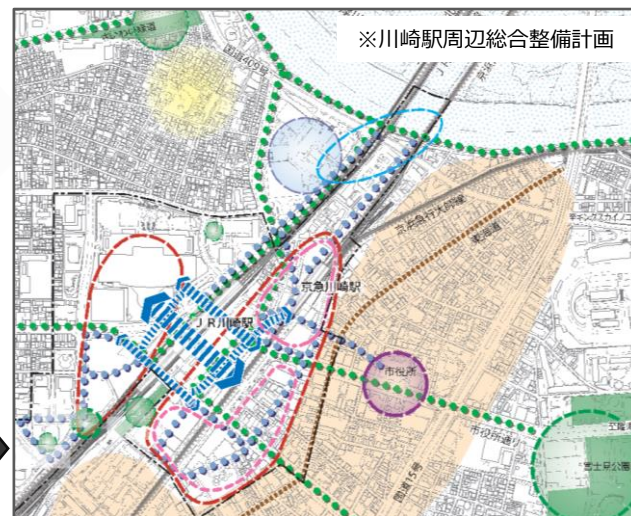
さらに川崎に人が集まり、さまざまな分野の人たちが未来にチャレンジするまちへ

みんなの川崎祭

Colors,Future!  
Summit

さまざまな主体による  
コンテンツ

連動



# 市制100周年記念事業のレガシーの考え方

## ①100周年記念事業を契機として 生まれた多彩な事業

### 3.市民、企業、団体等とまちを創る

100周年で生まれた事業である「ここから未来プロジェクト」「みどりの共創プロジェクト」「さいわいにぎわいフェス」など、市民、企業、団体等と協力してまちを創る取組を今後も実施します。

### 4.若年層がまちに関わる

100周年では、「学校e〜ね★サミット」「子どもたちが考える未来のかわさをデザイン」など、子どもたちが川崎のまちを知り、関わる取組を実施しました。今後は、この経験を生かしながら、若年層がまちに関わる取組を進めます。

### 5.多様性を伸ばす

100周年を契機に実施した「かわさき多摩川マラソンの車いすランや未就学児部門の創設」「人生100年時代に備える地ケアフェア」など、多様性を伸ばす取組を今後も実施します。

### 6.川崎の歴史を伝える

100周年を契機に実施した「川崎市史」「川崎の発展と環境の歴史を振り返り未来を考える企画展」など、川崎の歴史や魅力を伝える取組を今後も実施します。



# 市制100周年記念事業のレガシーの考え方

## 7.全国都市緑化かわさきフェアを契機としたみどりのまちづくり

かわさきフェア開催を機に、かわさきの多様な魅力とみどりを掛け合わせ、暮らしの中にみどりを取り入れるきっかけや気づき、みどりを通じた多くのつながりを生むことができました。

そして、次の100年に向けて、かわさきフェアでできた多くの人たちとのつながりを、さらに広げていくため、私たちの身近なところから、みどりが持つ多様な価値を生かし、未来につながる取組を生み出し、継続・発展させていきます。

かわさきフェアの「みどりで、つなげる。みんなが、つながる。」をテーマに取り組んできた、子どもたちと地域をつなぐ「協働の花づくり・花かざり」や、まちの顔となる花壇を中心に周辺企業と地域の接点を生む「Kawasaki Green Lab.」など、身近なところから始まるみどりでつなげる取組を継続して実施します。



閉会式における100年先の未来への誓いとなる「みどりのKAWASAKI宣言」により、持続可能なよりよい社会の実現を目指す川崎市で、ともに暮らし、働き、学ぶすべての人とともに、つながりの輪をさらに広げ、新たなステージへと歩みを進めていくことを宣言いたしました。

**みどりで、つなげる。みんなが、つながる。**  
**今までも、これからも。**



# 市制100周年記念事業のレガシーの考え方

## ② 自らまちに関わり、まちを盛り上げる 市民・企業・団体等とのつながり

記念事業終了に伴い実行委員会は解散を予定していますが、解散後も官民連携の更なる推進を図るため、SDGsプラットフォームと連携を図りながら、実行委員会で効果的だった機能や100周年で生まれた官民や民間同士のつながり・相互交流機能等を継承する新たな組織を新設し、今後も官民もしくは民間主体でまちを盛り上げる機運を醸成するとともに、「官民連携による新たな事業」や「新たなつながり」を生み出す取組を進めます。

### 実行委員会のつながりの継承

実行委員会解散後も官民連携の更なる推進を図るため、目的や仕組みとしてシナジーの高い「SDGsプラットフォーム」に、100周年のつながりを生かした、「**Colors,Future! Actions推進部会**」を新設し、実行委員会主催事業の継続・発展を図るとともに、新たな事業の創出や新たなつながりを生み出す取組を進めます。



### 実行委員会

### 継承・案内

## 川崎市SDGsプラットフォーム

事務局  
川崎市、川崎信用金庫

コアメンバー  
川崎商工会議所、川崎青年会議所、川崎市産業振興財団、  
かわさき市民活動センター、川崎市地球温暖化防止活動推進センター



## かわさきSDGsパートナー「川崎市SDGs登録・認証制度」

～ SDGsの達成に向けて取り組む企業・団体の登録 ～

加入  
案内

新設

かわさきSDGsパートナーへの取組支援等

### かわさきSDGs大賞

～ 優良事例の表彰・共有 ～

### かわさきSDGsポータルサイト

～ 活動の見える化 ～

### SDGsフォーラム・セミナー等

～ 勉強会・事例共有 ～

### その他SDGs関連イベント・企画等

### Colors,Future!Actions推進『部会』

～ 官民連携で取組・つながりを継続・発展～

- ・市制100周年を契機に生まれた事業の継続・発展
- ・市内外の民間企業・団体等の主体的な参画による官民連携の推進

### 川崎市SDGsプラットフォーム『分科会』

～ パートナー同士の自主的な連携 ～

- ・かわさきSDGsパートナーの提案による『分科会』の設立及び自主的活動
- ・川崎市SDGsプラットフォームによる『分科会』への側面支援

# 川崎における官民連携の更なる推進に向けて

## ●記念事業を進める上で効果的だった官民連携機能

実行委員会において、企業団体等とともにさまざまな事業の企画を進めてきた成果として、記念事業では、さまざまな「官民連携による新たな事業」や「新たなつながり」を生みだしてきましたが、以下の点が効果的に働いたものと考えています。

### ①対等なコミュニケーション

「100周年」という同じ目標に向けて、  
官民が対等の関係で、  
気軽に意見交換できる関係性を構築

### ②強みの相互補完

官民で互いの得意分野・リソースを生かしなが  
ら事業が推進

### ③交流の機会

立場や分野を超えた、  
さまざまな企業等との交流の機会の存在

### ④組織横断的な調整

実行委員会の共同事務局が、様々な施策分  
野にまたがる事業を、積極的に関係者調整し  
ながら推進

### ⑤迅速な意思決定

実行委員会の幹事会のように、  
迅速に事業可否を判断する  
意思決定体制

### ⑥効果的な情報発信

専用WEBサイト等を通じた、  
100周年という公共的な取組を発信する  
広報機能の存在

## ●民間活用（川崎版PPP）推進方針に基づく取組の現状と課題

また、川崎市ではこれまで、「民間活用（川崎版PPP）推進方針（令和7(2025)年2月改訂）」に基づき、行政サービス領域の担い手として民間の活用を図る考え方に加え、本市からの積極的な情報発信や対話を実施しながら、民間との共創・パートナーシップによるサービスの提供の機会を充実し、地域課題の解決や豊かな市民生活の実現等を目指して取組と進めてきました。一定の成果を上げている一方、次のような課題も存在します。

### ①官主導の官民連携

ハード事業を中心とした優先的検討プロセス  
による検討や民間提案制度、セミナーやサウ  
ンディングによる対話のしくみなど、さまざまな  
制度が用意されているが、現状では官発意・  
官主導の官民連携の分野に偏っている。

### ②民間提案への対応力

社会課題の複雑化等により、提案が複数の  
所管課に渡り調整が難航することや、  
明確な所管部局がないことなどにより、  
民間提案が採用に至らない場合がある。

### ③情報発信力の不足

民間の自由な提案の受付制度として、民間  
提案制度が設けられているが、制度の周知  
不足を改善することで、民間提案をより一層  
活発化させる余地がある。

---

# 川崎における官民連携の更なる推進に向けて

---

「さまざまな人たちが川崎に「愛着」と「誇り」を持ち、つながりあいながら、未来にチャレンジするまち」の実現に向けて、市内外の企業等の皆様とともに、社会課題の解決や豊かな市民生活の実現、地域経済の活性化や新たな価値の創出を図るため、記念事業を進める上で効果的だった官民連携機能や、民間活用（川崎版PPP）推進方針に基づく取組の現状と課題等を踏まえながら、以下の4つの取組により、官民連携の取組を強化していきます。

## 取組1：Colors,Future! Actions推進部会の新設

・実行委員会主催事業の主たるメンバーや実行委員会共同事務局コアメンバー等で組織される「Colors,Future! Actions推進部会」を設立し、実行委員会主催事業の継続・発展を図るとともに、官民連携による新たな事業の創出や事業間の情報共有・更なる連携を機動的に行います。

## 取組2：民発意・民主導の官民連携事業をより一層生み出し、推進するしくみづくり

・「Colors,Future! Actions推進部会」において、官民連携を生み出すために必要な機能や事業の伴走支援のあり方などについて、官民で意見交換を行いながら、民発意・民主導で事業をより一層生み出すしくみの検討・導入・改善を進め、さらなる官民連携事業の創出・推進を図ります。

## 取組3：新たな官民交流の機会の創出

・実行委員会で実施した実行委員会参画団体間の交流会機能を継続・発展させ、約3,000を超えるかわさきSDGsパートナーを巻き込みながら、新たな事業やつながりを生む効果的な交流会の検討・実施を図ります。

## 取組4：官民連携の取組を促進する情報発信力の強化

・これまでの官民連携の実績等に基づいた官民連携のメリットなどを効果的に発信し、川崎における民間企業の官民連携への意欲を引き出し、川崎をフィールドとした市内外の企業等による官民連携の取組がこれまで以上に創出されるよう、官民連携に係る情報の効果的な発信の検討・実施を進めます。

---



# Colors,Future! Actions推進部会について

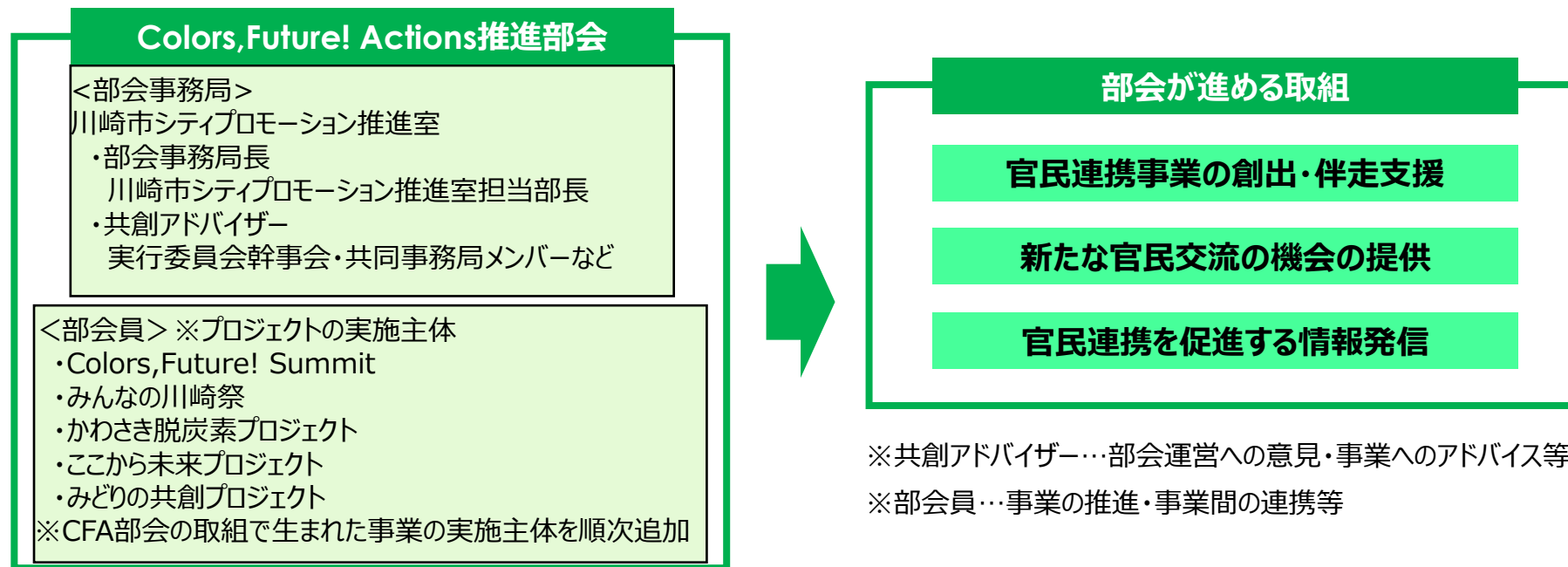
## ●部会の目的

記念事業を契機として生まれた多彩な事業や自らまちに関わり、まちを盛り上げる市民・企業・団体等とのつながりを生かしながら、官民連携により社会課題の解決や豊かな市民生活の実現、地域経済の活性化や新たな価値の創出を図り、「あたらしい川崎」を生み出していく取組を推進することを目的として、「Colors,Future! Actions推進部会」を設置する。

## ●所掌事務

- (1) 市制100周年を契機に生まれた事業の継続・発展に関すること。
- (2) 市内外の民間企業・団体等の主体的な参画による官民連携の推進に関すること。
- (3) その他、目的を達成するために必要なこと。

## ●組織と取組（当初イメージ）



# 市制100周年記念事業のレガシーの考え方

## ③川崎を知って、関わって、好きになり、 向上したシビックプライド

さまざまな媒体や手法を活用して取り組んだ周知・PRについては、その手法やノウハウを今後のプロモーション活動に生かし、効果的なPR・川崎の更なる魅力向上につなげていきます。

### シビックプライドを生かした 更なる川崎の魅力向上

記念事業の実施等により、市民の「シビックプライド」や、「川崎の対外的イメージ」が向上しました。

シビックプライドが向上すると、市民一人ひとりが当事者意識を持って主体的に行動するようになり、地域社会への参画意識の高まりによって、地域で支え合うまちが形成されるとともに、川崎に魅力を感じる企業・産業の進出などがこれまで以上に期待されます。

このような都市の発展や魅力の向上は、市民の自信やさらなる誇りへとつながり、対外的イメージの向上につながります。

今後も、こうした都市の魅力を高める好循環を生み出していけるよう取り組んでいきます。

### ノウハウを生かしたプロモーション

記念事業は、「知って、関わって、好きになる」というキャッチコピーと、ブランドメッセージのロゴ色を活用した視認性の高いビジュアルを活用し、統一的なプロモーションを展開しました。また、定期的にイベント時に「100周年の認知度」の状況把握するとともに、著名人の活用や駅前のシティドレッシング、SNSの活用など、さまざまなプロモーションを実施してきました。

今回の取組成果を今後のプロモーションに生かし、川崎のより一層のブランディングを図っていきます。

### 「共感」による多様な主体との連携

各局区によるオール市役所での情報発信をはじめ、子どもたちの100周年や自分たちのまちへの学びによる大人への波及効果や、100周年を祝うことに共感いただいた民間の協力などにより、効果的なプロモーションを実施することができました。

今回の取組成果を生かし、取組への「共感」を大切にしながら、多様な主体との連携によるシティプロモーションを進めていきます。

