

市制100周年記念事業の取組成果

COLORS, FUTURE! ACTIONS
KAWASAKI 100th



記念事業期間の取組成果

●取組成果の概要

川崎市市制100周年記念事業実施計画「Colors,Future! Actionsプラン」に基づき、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、つながって」「川崎を好きになって」いただくために、約400の実行委員会参画団体の団体・企業等の皆様と連携しながら、さまざまな記念事業に取り組み、シビックプライド（川崎への愛着と誇り）の醸成を図りました。



記念事業期間の取組成果

● 広報の取組

市制100周年に関する情報を幅広く届けるための広報・PRの取組を進めてきました。さまざま媒体を活用した広報を展開するとともに、積極的なメディアアプローチ等を行い、多くの市民に、「川崎を知って」いただきました。

「川崎を知って」

主な取組

① 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
公式ウェブサイト記事数	362件	507件	869件
市公式「X」発信数(100周年関係)	128件	113件	241件



	R5年度	R6年度	計
公式ウェブサイトビュー数(月平均)	約4.9万回	約22.8万回	約13.9万回
市公式「X」表示数(100周年関係)	約180万回	約590万回	約770万回

12月末現在

② 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
18件	35件	53件



	R5年度	R6年度	計
掲載件数	658件	3,117件	3,775件
広告換算値	約3億円	約8億円	約11億円

11月末現在

③ イベントブース出展

・市内各所のイベントに出展し、直接市制100周年の取組等をPRしました。

R5年度	R6年度	計
36回	12回	48回



④ シティドレッシング

・市内主要駅を中心に、多くの人の目に入る場所へ展開しまちを彩りました。

R5年度	R6年度	計
23媒体	107媒体	130媒体



さまざまな知ってもらふ取組を進め、イベントブース出展で行った市制100周年の認知度調査で、市民の認知度は9割を超えました。

【市制100周年 認知度調査】
(約6,300名)

令和5年度平均
約 **65%**



令和6年度平均
約 **92%**



記念事業期間の取組成果

● 記念事業の取組

実行員会の参画団体数、市制100周年記念事業の事業数については、目標値を上回り、オール川崎市で市制100周年記念事業を展開しました。実行委員会主催事業は約44万人、全国都市緑化かわさきフェア（秋）は約94万人の方々が参加し、市制100周年を契機に、さまざまな記念事業に「関わって」いただきました。

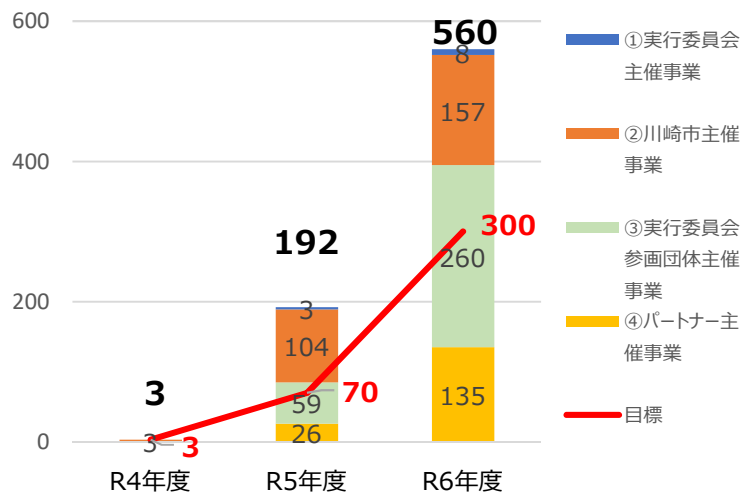
「記念事業に関わって」

実行委員会の参画団体数 397団体

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

12月末現在

市制100周年記念事業の事業数 755件



12月末現在

実行委員会主催事業の参加者数 約44万人

Colors,Future!Summit	みんなの川崎祭	みどりの共創プロジェクト	飛躍祭
<p>2024 KAWASAKI 11.2 sat - 11.3 sun</p>	<p>みんなの川崎祭 #minkawa</p>		<p>KAWASAKI HAYAKU SAI</p>
令和5(2023)年度 約1.3万人 令和6(2024)年度 約2.3万人	令和5(2023)年度 約4万人 令和6(2024)年度 約11万人	令和5(2023)年度 約500人 令和6(2024)年度 約7千人	令和6(2024)年度 約18万人
脱炭素プロジェクト	ここから未来プロジェクト	まんなかフェス	子どもの力で川崎の未来を変えるプロジェクト
<p>かわさき脱炭素プロジェクト</p>	<p>KOKOKARA 未来 PROJECT</p>	<p>2023 コソギもたけも Let's go KOSUGI まんなかフェス</p>	
令和6(2024)年度 市全体で13,606kgのCO2を削減	令和6(2024)年度 約2千人	令和6(2024)年度 約6万人	令和6(2024)年度 約2千人

12月末現在

全国都市緑化かわさきフェア（秋）の参加者数 約94万人

記念事業期間の取組成果

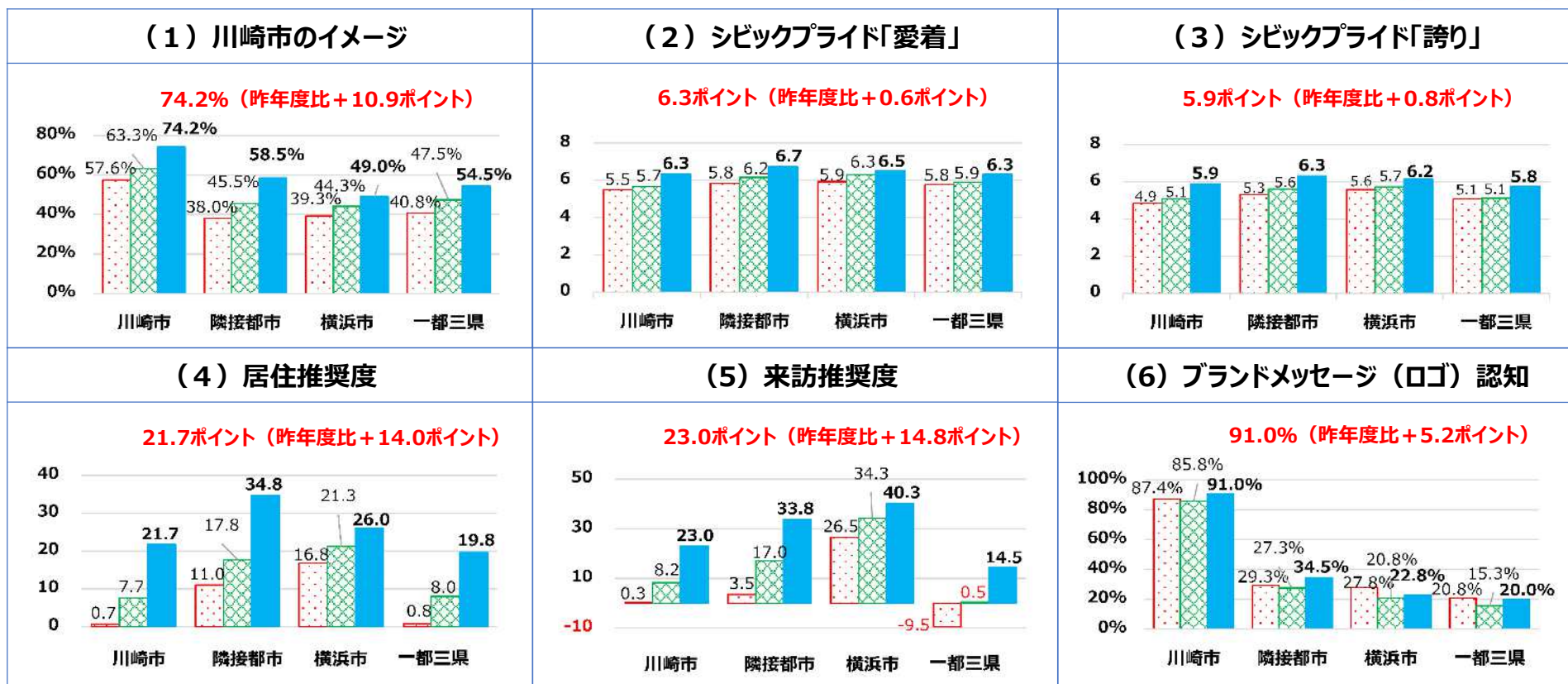
●本市の都市イメージの向上及びシビックプライドの醸成

「川崎を好きに
なって」

市制100周年を契機に、本市の都市イメージの向上及びシビックプライド（市民の市に対する「愛着」「誇り」）の醸成を図るため、多様で多彩な記念事業の取組を行った結果もあり、令和6年度「川崎市都市イメージ調査」では、川崎市のイメージ評価をはじめ、川崎市民におけるシビックプライド指標、「居住」「来訪」推奨度、ブランドメッセージロゴの認知度などすべての主要測定指標において、昨年度を大きく上回りました。

【令和6年度「川崎市都市イメージ調査」主要測定指標】

□ R4 □ R5 ■ R6



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)

記念事業期間の取組成果（参考）

● 100周年記念事業アンケート調査における取組結果

市制100周年記念事業のアンケート調査では、「新たな川崎の魅力を知ることができた、少し知ることができた」と回答した人が87%、川崎のまちに関わってみたい、どちらかと言うと関わってみたい、可能なら関わりたい」と回答した人が84%、「川崎のイメージは良くなった、どちらかと言うと良くなった」と回答した人が72%など、市制100周年記念事業を通じて、川崎を「知って、関わって、好きになって」いただきました。

● アンケート概要

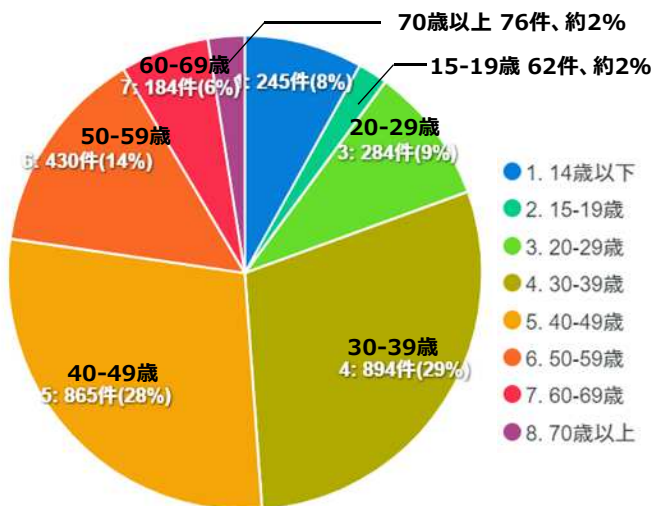
【アンケート調査方法】

実行委員会主催事業（Colors,Future! Summit 2024、みんなの川崎祭、子どもの力で川崎の未来を変えるプロジェクト（ミニたまゆり））、全国都市緑化かわさきフェアのイベント会場のブースでのアンケート調査（LoGo フォームアンケート）。

【回答数】

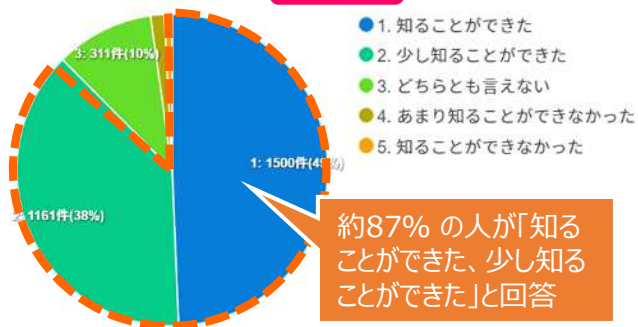
3,040件

対象者の年齢



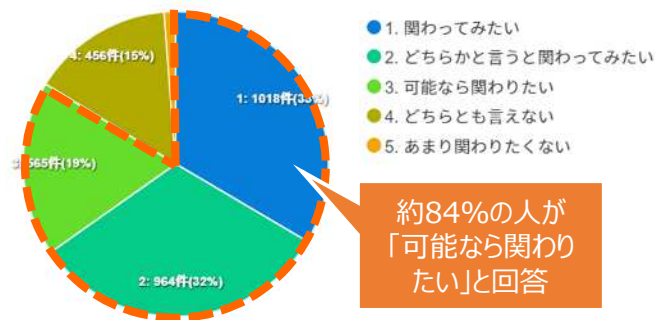
今回のイベントや100周年に関する取組で、新たな川崎の魅力を知ることができましたか。

知って



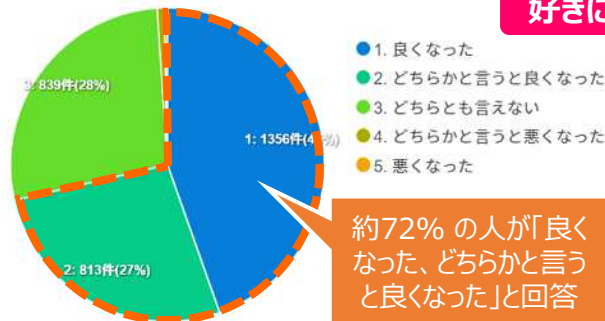
今回のイベントや100周年に関する取組をきっかけに、イベントへの参加など川崎のまちに関わってみたいと感じましたか。

関わって



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。

好きになって



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。

