

平成26年度 施策評価表 (平成27年度向け施策の取組方針)

施策名: 文化・交流
 施策番号: 16 - 01

1 施策の基本情報

施策名	16	文化・交流	展開方向	01	地域資源の活用や文化芸術活動の振興と担い手の育成によって、まちの魅力と活力を高めます。
担当当局	企画財政局		担当課	都市魅力創造発信課	
プロジェクト項目の該当有無	●	現役世代の定住・転入促進につながる取組			
市長公約の該当有無	-				
局重点課題の該当有無	-				

3 目標指標

指標名	方向	基準値		目標値 (H29)	実績値					現時点での達成率	
		H24	H25		H26	H27	H28	H29			
① 尼崎市総合文化センター入場者数	↑	H24	400,000	人	450,000	399,000	**	**	**	**	0%
② 尼崎市総合文化センターアウトリーチ事業実施数	↑	H24	37	回	55	53	**	**	**	**	88.9%
③ 後援文化事業数	↑	H24	121	事業	200	171	**	**	**	**	63.3%
④ 尼崎市総合文化センター稼働率	↑	H24	45.8	%	55	40.5	**	**	**	**	0%
⑤											

2 施策を考える背景(まちづくり基本計画の抜粋)

●産業都市や城下町など、多様な顔を持つ本市には、寺町に代表される歴史的資源や工場・運河等の産業観光資源、中央・三和・出屋敷商業地区をはじめとする商業集積など、独自性が高い地域資源を有しています。
 ●また、これらの資源を活かした活発な市民活動や、これまでの文化振興の取組により根付いてきた、本市ゆかりの「近松」をテーマとした文化活動等も加え、潜在している「まちの魅力」を発見・再認識し、市民自らが地域に愛着と誇りを持つことが大切です。
 ●まちの魅力と活力を高めていくため、尼崎市総合文化センターやピッコロシアターといった既存の文化芸術の拠点、これまででぐくんできた市民文化活動や国際交流活動等を活かしながら、文化の担い手の連携や地域文化の保存や発信に努め、活性化させていくことが必要です。

4 市民意識調査(市民評価)

※割合の合計は、端数処理の関係により必ずしも100%にならない場合があります。

項目内容		●地域の資源をいかした新たな魅力づくり ●戦略的な情報発信によるまちのイメージの向上				
区分		満足	どちらかといえば満足	ふつう	どちらかといえば不満	不満
満足度調査	25年度	1.4%	9.8%	69.0%	14.6%	5.3%
	23年度	1.8%	11.0%	60.4%	20.6%	6.2%
重要度調査	25年度	第 18 位 / 20 位		5点満点中 4.03点(平均 4.39点)		
	23年度	第 19 位 / 20 位		5点満点中 3.61点(平均 3.98点)		

5 担当局評価(一次評価)

これまでの取組の成果と課題(目標に向けての進捗と指標への貢献度)	
行政が取り組んでいくこと	■地域文化を創造する次代の担い手の育成や連携の促進
【地域文化の創造】	優れた文化芸術に親しむ機会の提供や豊かな市民文化活動の推進を図るため、市民文化活動の拠点施設である尼崎市総合文化センターに対し補助金を交付し、①総合文化センター入場者数の確保を図っており、H25は年間40万人の入場があった。 一方、市内では、近松門左衛門を題材とした文化活動など、自発的に活発な活動を展開している市民が多く存在している。 今後の地域文化を創造していく担い手の育成のためには、平成7年3月に策定した「尼崎市文化振興ビジョン」を社会状況等の変化に対応して見直し、本市の文化芸術振興の方向性を示すことで、市や市民自身による一層の文化芸術活動の振興を図る必要がある。
【次代の担い手の育成や連携】	なお、現在、特に文化芸術を創造する若い世代等の育成に関しては、尼崎市総合文化センター等の市内の施設と連携して、若い世代に一流の芸術を身近に体験してもらう機会充実のため「ティーンズサポートチケットPR事業」、高校生を対象としたオペラ鑑賞教室である「高校生のためのオペラ事業」、また、市内の小学生が美術や音楽を体験するため「アウトリーチ事業(尼崎市総合文化センター)」などを実施してきている。
【ティーンズサポートチケットPR事業】では、平成25年度に募集した15公演に、述べ120名がチケットに当選し、10代の青少年に対し、低廉な負担で質の高い芸術に触れる機会を提供できた。それにより、若者の文化的な素養の蓄積するとともに、本市の文化拠点としての資産である「総合文化センター」のPRを行うことができ、①尼崎市総合文化センター入場者数の増につながる取り組みであった。「アウトリーチ事業(尼崎市総合文化センター)」では、市補助金の活用により、子どもたち自らが郷土画家白髪一雄氏の創作手法を体験できる機会等を提供できた。	
主な事務事業	・シティプロモーション推進事業 ・尼崎市総合文化センター補助金
関連する目標指標	①,②,③,④
進捗	○順調 ●概ね順調 ○やや遅れ ○遅れている
行政が取り組んでいくこと	■地域の資源を活かした新たな魅力づくり
【地域資源の活用】	近松に代表される地域文化や郷土の芸術家など、地域文化の蓄積を大切にしながら、新たな魅力づくりに取り組んでおり、平成25年度には近松記念館などの地域資源と若手・中堅作家とを結び、身近なまちの魅力を再発見、再認識するためのアート展「AMA展」の開催や、アクションペインターとして世界的に高い評価を受けている郷土の画家白髪一雄の作品を展示する記念室(尼崎市総合文化センター)のオープンなどを行った。 「AMA展」には、宝塚大学の学生等が出展し、会場である「近松記念館」を利用し、親子や高校生など向けのワークショップや、尼崎市市内での先駆けとなる「プロジェクトマッピング」も合わせて実施した。本市の歴史・文化資産である「近松記念館」で、現代アートの展示会を実施したことで、若者のチャレンジを応援するまちとしてのメッセージが発信でき、また、近隣大学との連携による地域活性化、という新たな方向性を示すことができた。来場者は、写真展879名、プロジェクトマッピング350名の、計1,229名であった。
このように地域の資源を活用しつつ、地域の魅力を発信する取り組みを進めており、今後も継続・発展させていく。	
主な事務事業	・シティプロモーション推進事業 ・尼崎市総合文化センター補助金
関連する目標指標	①,②,④
進捗	○順調 ●概ね順調 ○やや遅れ ○遅れている

次年度に向けた取組方針
◆見直し・見直しを検討する事項 市の文化芸術振興の方向性を検討し、新たなビジョンの策定に向けて検討を進める。 併せて、左記のような各事業を進めることで芸術に親しむ市民の裾野を広げるとともに、総合文化センターに対してより集客が見込まれる主催事業の企画・実施を求め、①総合文化センターの入場者数の増を図っていく。 また、貸館事業の工夫を求めることで④ホール、会議室等の利用推進を図っていく。 さらに、次代の担い手の育成の視点を重視し、シティプロモーション推進事業においても積極的に取り組んでいくとともに、尼崎市総合文化センターにおいて、子どもの豊かな感性を育む新たな事業展開がなされるよう、市として支援する。
◆継続的・重点的に取り組む事項 「ティーンズサポートチケットPR事業」について、若い世代に一流の芸術を身近に体験してもらい、文化芸術活動の次代の担い手の育成の一助としていくため、今後も引き続き取り組む。 「アウトリーチ事業(尼崎市総合文化センター)」については、より多くの小学生に美術や音楽を体験してもらうため、事業の周知を図り、②アウトリーチ事業のさらなる推進に取り組む。 また、文化活動を行う市民や事業者を支援することで、市内の文化事業を活性化させ、③後援文化事業数の増を図っていく。
◆見直し・見直しを検討する事項 本市の魅力を育て、発信する事業を実施していくことで、①総合文化センター入場者数の増を図り、④総合文化センターの稼働率の向上を図っていく。 さらに、尼崎市総合文化センターや地域資源を活用する中で、郷土にゆかりのある芸術家の育成を行うため、芸術家の発表の場の提供などの事業展開がなされるよう、市として支援する。
◆継続的・重点的に取り組む事項 伝統芸能として定着している新能や、近松ゆかりの地で行われる大近松祭、また次代の劇作家を発掘・育成する「近松賞」などの文化振興に引き続き取り組む。 「AMA展」については、開催場所や出展団体の工夫をしながら、引き続き取り組む。

6 施策評価結果(二次評価)

評価と取組方針	
・総合文化センターの入場者数や稼働率は伸び悩んでいるものの、市民が芸術や音楽を「体験」できるアウトリーチ事業の強化や、AMA展などでの次代へ目を向けた施策、市民自らが文化事業への後援申請の増加など、量だけでなく質を高めようとする取組を着実に進め、成果も見られる。	
・一方で、市民独自の多彩な文化的活動が存在する中で、本市における文化(芸術に限らず日々の暮らしに息づく生活文化)や、市や総合文化センターでの文化芸術振興策により何を指すのかという「ビジョン(方向性)」について、再構築を進める。	
●上記取組方針を踏まえ、施策の2次評価は「継続取組」とし、現行取組を基本としながら、効果的な施策遂行に努める。	
総合評価	
□重点化	■継続取組

平成26年度 施策評価表 (平成27年度向け施策の取組方針)

施策名: 文化・交流
 施策番号: 16 - 02

1 施策の基本情報

施策名	16	文化・交流	展開方向	02	まちの魅力を積極的に発信し、良好な都市イメージを創造します。
担当当局	企画財政局		担当課	都市魅力創造発信課	
プロジェクト項目の該当有無	●	現役世代の定住・転入促進につながる取組			
市長公約の該当有無	-				
局重点課題の該当有無	●	市制100周年(平成28年)記念事業の推進			

3 目標指標

指標名	方向	基準値		目標値(H29)	実績値					現時点での達成率
		H24			H25	H26	H27	H28	H29	
① 尼崎市のイメージ(総計)	↑	H24	35.4 %	50	31.8	**	**	**	**	0%
② 尼崎観光オフィシャルサイト『あまかん』のページビュー数	↑	H24	88,939	回	100,000	81,608	**	**	**	0%
③ あまかんtwitterのフォロワー数	↑	H24	5,550	人	10,000	6,921	**	**	**	30.8%
④ 記者会見・記者レク(解説※1)の案件数	↑	H24	40	件	55	36	**	**	**	0%
⑤ 記者会見・記者レクの日刊5紙への記事掲載率	↑	H24	45.5	%	80	63.3	**	**	**	51.6%

2 施策を考える背景(まちづくり基本計画の抜粋)

●まちの魅力と活力を高めていくため、尼崎市総合文化センターやピッコロシアターといった既存の文化芸術の拠点、これまででぐくんできた市民文化活動や国際交流活動等を活かしながら、文化の担い手の連携や地域文化の保存や発信に努め、活性化させていく必要があります。
 ●尼崎で生活している市民が感じている、まちとしての魅力やよさが、市外に向けては十分に発信できていない面があります。こうした本市の魅力を市外に向けて効果的に情報発信し、まちのイメージの向上に積極的に取り組んでいくことが課題です。

4 市民意識調査(市民評価)

※割合の合計は、端数処理の関係により必ずしも100%にならない場合があります。

項目内容	●地域の資源をいかした新たな魅力づくり ●戦略的な情報発信によるまちのイメージの向上					
区分	満足	どちらかといえば満足	ふつう	どちらかといえば不満	不満	
満足度調査	25年度	1.4%	9.8%	69.0%	14.6%	5.3%
	23年度	1.8%	11.0%	60.4%	20.6%	6.2%
重要度調査	25年度	第 18 位 / 20 位		5点満点中 4.03点(平均 4.39点)		
	23年度	第 19 位 / 20 位		5点満点中 3.61点(平均 3.98点)		

5 担当局評価(一次評価)

これまでの取組の成果と課題(目標に向けての進捗と指標への貢献度)	
行政が取り組んでいくこと ■戦略的な情報発信によるまちのイメージの向上	
<p>【情報発信体制強化による成果】 本市では、平成24年度に「シティプロモーション推進部」を設置し、平成25年2月に「尼崎版シティプロモーション推進指針」を策定した。その中で、「まちの魅力の増進」および「その戦略的・効果的発信」に取り組むこととしている。これまでに、『あまかん』事業により、本市の魅力の増進・戦略的な発信に結びつく事業の実施等により、着実に情報発信に努めてきた。これまでの実績は以下の通りである。 ②尼崎で観光『あまかん』ホームページのビュー数(H23:61,183、H24:88,939、H25:81,608) ③あまらぶツイッターのフォロワー数(H23.3.31:3,644、H24.3.31:4,141、H25.3.31:5,550、H26.3.31:6,921)</p> <p>【戦略的情報発信のための連携】 また、シティプロモーションやシティセールスに取り組む自治体の取り組みを共有し、課題解決に向けた意見交換を行う場である「シティプロモーションサミット」を平成25年11月27,28日に開催し、本市の取り組みについて大きくPRを行い、約80の自治体から、812人の参加があった。市内外へ大きくPRすることで、②『あまかん』ホームページや③ツイッターへのアクセス増に繋がっているものと見込まれる。さらに、サミット終了後には、シティプロモーションに取り組む自治体が情報交換等を行う「シティプロモーションネットワーク」を設置し、メンバーリストによる情報交換・共有等を行っている。なお、サミット実施以降、各団体からの視察・出講依頼(他自治体、他自治体議会、大学、研修講師としての出講など)が増えており、当課職員が対応し、本市の取り組みのPRに努めており、今後も積極的に受入・出講を行っていく。 【視察受入・出講件数】 H25:13件 H26:6件(H26.6.1現在)</p> <p>上記の取組により、①尼崎市のイメージの向上、②『あまかん』ホームページのビュー数の増、③あまらぶツイッターフォロワー数の増、を図っていく。</p> <p>【市役所の情報発信力強化】 まちの魅力を発信していくため、より効果的なパブリシティの実施と、職員全体の情報発信力の強化に取り組む。 報道機関を通じた広報(＝パブリシティ)は非常に効果的であることから、(※1)職員が本市事業や施策を記者に直接説明する「会見・レク」を積極的に開催することで、職員の会見スキルを高め、より印象的・効果的な情報提供を実現させ、記事掲載率の向上に繋げる。 また、全職員を対象に、広報スキルの向上を目指す「発信スキルアップ研修」を実施するほか、魅力発信・報道担当と各部署との密な連携により、提供資料のアピール度をより高くするなどの工夫を行い、市役所全体の情報発信力の強化に努める。</p>	
主な事務事業	・ひょうごツーリズム協会等負担金
関連する目標指標	①②③④⑤
進捗	○順調 ●概ね順調 ○やや遅れ ○遅れている

次年度に向けた取組方針	
◆見直す・見直しを検討する事項 「ひょうごツーリズム協会」および「歴史街道推進協議会」については、本市のPRという面において一定の効果は見込まれてきたものであるが、平成25年以降、本市のシティプロモーションの取組の目指す方向性や戦略について明確となる中において、これらの団体の事業を通じてのPRのあり方について、今後も同様の関わり方を継続していくのかどうか、検討する余地があると考えます。	
◆継続的・重点的に取り組む事項 本市が持つ歴史や伝統、文化や産業など、まちの魅力を増進し、戦略的・効果的に発信することにより、交流人口、活動人口、子育てファミリー世帯を中心とした人口(定住人口)の増を目指している。 そのきっかけとして、尼崎を好きな人「あまらぶ」な人を増やしていくこととしており、本市の魅力を知っていただき、本市を好きになっていただく取り組みを行ってきたが、今後も、本市を知り、訪問・体験し、好きになっていただくために、さらに魅力的な事業展開ならびに、より戦略的・効果的な情報発信に努めていく。	

6 施策評価結果(二次評価)

評価と取組方針	
<p>・尼崎市のイメージ向上のためには、一時的なカンフル剤ではなく、内包する魅力や課題を克服しようとする様々な取組を着実にを行い、それが市民に伝わり、市民自らが自尊心を抱く、いわば「尼崎を好きになる人を増やす」ような体質改善を図る地道な活動が必要である。</p> <p>・そのため、本市まち情報の戦略的な発信力の強化はもとより、施策を構築する段階からその取組内容が伝えたい相手に伝わる・響くような工夫をするとともに、特に報道機関を通じた広報手段を用い、職員が事業や施策を記者に直接説明する「会見・レク」の強化に努める。</p> <p>●上記取組方針を踏まえ、施策の2次評価は「継続取組」とし、現行取組を基本としながら、効果的な施策遂行に努める。</p>	
総合評価	
□重点化	■継続取組

平成26年度 施策評価表 (平成27年度向け施策の取組方針)

施策名: 文化・交流
 施策番号: 16 - 03

1 施策の基本情報

施策名	16	文化・交流	展開方向	03	地域に愛着と誇りを持つ市民を増やすとともに、市内外の人の交流を促進します。
担当当局	企画財政局		担当課	都市魅力創造発信課	
プロジェクト項目の該当有無	●	現役世代の定住・転入促進につながる取組			
市長公約の該当有無	-				
局重点課題の該当有無	●	市制100周年(平成28年度)記念事業の推進			

3 目標指標

指標名	方向	基準値	目標値(H29)	実績値					現時点での達成率
				H25	H26	H27	H28	H29	
① 市内の観光客入込客数(総計)	↑	H24 2,055,402 人	2,200,000	2,091,137	**	**	**	**	24.7%
② 市民ボランティアガイドの案内者数(総計)	↑	H24 2,188 人	2,300	2,242	**	**	**	**	48.2%
③ 市内の観光客入込客数のうち、ホテル等宿泊者数	↑	H24 269,679 人	357,000	326,922	**	**	**	**	65.6%
④ あまらぶfacebookページへの「いいね」件数	↑	H24 359 件	2000	995	**	**	**	**	38.8%
⑤ 市民・事業者等と連携して実施した事業の件数	↑	H24 8 件	30	24	**	**	**	**	72.7%

2 施策を考える背景(まちづくり基本計画の抜粋)

●産業都市や城下町など、多様な顔を持つ本市には、寺町に代表される歴史的資源や工場・運河等の産業観光資源、中央・三和・出屋敷商業地区をはじめとする商業集積など、独自性が高い地域資源を有しています。
 ●また、これらの資源を活かした活発な市民活動や、これまでの文化振興の取組により根付いてきた、本市ゆかりの「近松」をテーマとした文化活動等も加え、潜在している「まちの魅力」を発見・再認識し、市民自らが地域に愛着と誇りを持つことが大切です。
 ●まちの魅力と活力を高めていくため、尼崎市総合文化センターやピッコロシアターといった既存の文化芸術の拠点、これまででなくってきた市民文化活動や国際交流活動等を活かしながら、文化の担い手の連携や地域文化の保存や発信に努め、活性化させていく必要があります。
 ●尼崎で生活している市民が感じている、まちとしての魅力やよさが、市外に向けては十分に発信できていない面があります。こうした本市の魅力を外に向けて効果的に情報発信し、まちのイメージの向上に積極的に取り組んでいくことが課題です。

4 市民意識調査(市民評価)

※割合の合計は、端数処理の関係により必ずしも100%にならない場合があります。

項目内容	●地域の資源をいかした新たな魅力づくり ●戦略的な情報発信によるまちのイメージの向上				
区分	満足	どちらかといえば満足	ふつう	どちらかといえば不満	不満
満足度調査 25年度	1.4%	9.8%	69.0%	14.6%	5.3%
満足度調査 23年度	1.8%	11.0%	60.4%	20.6%	6.2%
重要度調査 25年度	第 18 位 / 20 位		5点満点中 4.03点(平均 4.39点)		
重要度調査 23年度	第 19 位 / 20 位		5点満点中 3.61点(平均 3.98点)		

5 担当局評価(一次評価)

これまでの取組の成果と課題(目標に向けての進捗と指標への貢献度)	
<p>行政が取り組んでいくこと ■ 尼崎への愛着と誇りの醸成</p> <p>【まちの魅力再発見と交流人口の増加】 本市が持つ歴史や伝統、文化や産業など、まちの魅力を増進し、戦略的・効果的に発信することにより、交流人口、活動人口、子育てファミリー世帯を中心とした人口(定住人口)の増を目指している。その出発点として、まずは尼崎を好きな人「あまらぶ」な人を増やしていくこととしており、本市の魅力を知っていただき、本市を好きになっていただく取り組みを行っている。まち情報発信事業では、「あまがさき・街のみどころご案内事業」と、「あまがさき・観光振興推進事業『あまかん』」を実施している。</p> <p>【あまがさき・街のみどころご案内事業】 市民や学校、企業、行政で構成する委員会を設置し、既存の情報を活用し、本市を訪ね、楽しむ・学べる施設や場所について情報収集・整理・発信することに取り組んでいる。具体的な実施内容としては、市民ボランティアガイド団体等と連携し、市内のみどころを案内する、まち歩き企画「ご案内します。あまがさき」や市内の小学生に忍者体験してもらう子ども向けイベントや、市内のボランティアガイドの団体の研修会を実施した。こうした取組を通じて、尼崎のまちの魅力の再発見や誇りと愛着の醸成を図っている。今後の課題としては、参加者数の増加や事業対象者が年齢層の拡大にむけた検討が必要である。</p> <p>【あまがさき・観光振興推進事業『あまかん』】 まちの魅力の増進と、その戦略的・効果的発信に取り組んでおり、事業内容としては、(1)市内・市外への情報発信の強化(2)観光・集客事業の企画・実施(3)観光プラットフォーム作り(4)観光基盤の整備、を行っており、今後もその取り組みを進めていく。忍たまやスイーツ、工場夜景等のイベントを開催することで、尼崎の新たな魅力を磨き上げ、本市の魅力の増進を図っている。「阪神電車車両基地親子見学会」や、「あまかん」が協力して実施している「スイーツ授業」では、本市の地域資源である「阪神電車車両基地」や、洋菓子メーカー「エーデルワイス」にご協力いただき、本市の企業を知り、愛着を持ってもらうとともに、子どもたちに将来の職業について考えてもらう機会を提供している。</p>	<p>主な事務事業</p> <ul style="list-style-type: none"> まち情報発信事業 姉妹都市アウクスブルク市交流関係事業 友好都市鞍山市交流関係事業 <p>関連する目標指標</p> <p>②④⑤</p> <p>進捗</p> <p>○順調 ●概ね順調 ○やや遅れ ○遅れている</p>
<p>行政が取り組んでいくこと ■ 地域資源を活用した市内外の交流推進</p> <p>【地域資源を活用した交流】 本市が持つ歴史や伝統、文化や産業など、まちの魅力を増進し、戦略的・効果的に発信することにより、交流人口、活動人口、子育てファミリー世帯を中心とした人口(定住人口)の増を目指している。まち情報発信事業では、「あまがさき・街のみどころご案内事業」と、「あまがさき・観光振興推進事業『あまかん』」を実施している。『あまかん』においては、まちの魅力の増進と、その戦略的・効果的発信に取り組む、忍たまやスイーツ、工場夜景等のイベントを開催し、市内のホテルと連携するなどの結果、①観光客入込客数③ホテル宿泊者数④facebookへの「いいね」の増が見られた。</p> <p>また、子育てファミリー層に尼崎市を訪れていただき、現在の尼崎市を実感してもらうとともに、訪れた方々に本市での子育てしやすいイメージを獲得・拡大していくことを目的として、「こどものためのあまらぶワークショップ」を開催し、1,000人以上の来場があった。尼崎を訪れ、体験していただくことで、尼崎市の良いイメージを発信していくため、今後も活動人口・交流人口の増に取り組んでいく。</p> <p>【姉妹都市・友好都市との交流】 「様々な分野での交流の継続・発展、青年交流・市民相互交流の充実」を目的にアウクスブルク市と姉妹都市提携を、「経済・科学技術・文化・教育・体育等の各分野の交流を通じ、両市民の相互理解と親善を深め、日中間の友好を促進する」ことを目的に鞍山市と友好都市提携を結んでおり、相互の代表団の派遣、受け入れ等を実施してきたが、今後も両市との友好・交流を深め、市民の国際感覚の涵養を図る。</p>	<p>主な事務事業</p> <ul style="list-style-type: none"> まち情報発信事業 姉妹都市アウクスブルク市交流関係事業 友好都市鞍山市交流関係事業 <p>関連する目標指標</p> <p>①③④</p> <p>進捗</p> <p>○順調 ●概ね順調 ○やや遅れ ○遅れている</p>

次年度に向けた取組方針
<p>◆見直す・見直しを検討する事項</p> <p>「尼崎版シティプロモーション推進指針」に基づき、子育てファミリー世帯を中心とした現役世代の定住転入につなげていけるよう、個々の事業の実施内容や対象者、また実施の枠組みなどについて点検・再構築に向けた検討を行う。</p> <p>◆継続的・重点的に取り組む事項</p> <p>「阪神電車車両基地見学会」や「スイーツ授業」など、地元の企業と連携して、子どもたちに尼崎市への愛着を持ってもらうとともに、キャリア教育にも繋がる事業を今後も実施していく。</p>
<p>◆見直す・見直しを検討する事項</p> <p>姉妹都市・友好都市等との国際交流については、これまでの経緯経過を踏まえつつ、引き続き友好・交流を進める中で、現在の社会情勢に相応しい交流のあり方や事業内容について検討を行っていく。</p> <p>◆継続的・重点的に取り組む事項</p> <p>「あまかん」事業においては、さらなる交流人口・活動人口の増を図るとともに、話題性の高い企画を実施し続けることで、尼崎市の名が各メディア等で取り上げられ、より良い都市イメージを獲得し、市外の方が尼崎市に関心を持つきっかけを提供していく。</p> <p>また、本市については、実態よりも悪いイメージを持たれていることがあることから、実際に来てもらうことで、尼崎を知ってもらい、良いイメージを持っていただくため、交流人口の増に繋がる取り組みを強化していく。H25年度にプレ実施した「あまらぶワークショップ」を拡充して実施するほか、「あまらぶ体験隊」等の市外の方を呼び込むことを目的とした企画・イベントも引き続き実施していく。</p>

6 施策評価結果(二次評価)

評価と取組方針
<p>・みどころ事業やあまかん事業により、街の魅力を掘り起こし、市民や事業者とともに「知ってもらおう」「あまがさきを好きになってもらおう」との様々な工夫や取組により、観光入込客数や宿泊者数、facebookいいね！件数は着実に増加している。</p> <p>・いずれの事業も、市民ボランティアガイド団体や、本市と関わりの深い事業者等を巻き込むことで、「その街が好きになる」の方向性に沿った取組と言える。</p> <p>・H26年度は「あまかん事業」を担う事業者との契約最終年度であり、H27年度に向けて再評価の後、今後の取組を検討する。</p> <p>・国際交流については、既存の交流事業を担う国際交流協会の役割やあり方などの見直しを進めるとともに、多文化共生への取組の研究を進める。</p> <p>●上記取組方針を踏まえ、施策の2次評価は「継続取組」とし、現行取組を基本としながら、効果的な施策遂行に努める。</p>
<p>総合評価</p> <p>□重点化 ■継続取組</p>