

平成28年度 施策評価表 (平成29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。
主担当局	企画財政局		

2 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	
尼崎市総合文化センター入場者数		H24 400,000 人	450,000	399,000	386,000	397,000	**	**	0%
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	40	38	**	**	5.6%
後援文化事業数		H24 121 事業	200	171	121	132	**	**	13.9%
尼崎市総合文化センター稼働率		H24 45.8 %	55	41	40	46	**	**	0%
あまらぶアートラボ参加者数		H27 1,708 人	3,000	-	-	1,708	**	**	**

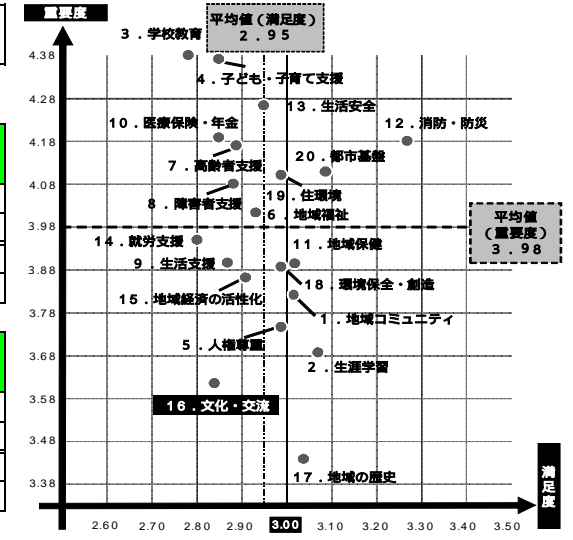
4 担当局評価(一次評価)

行政が取り組んでいくこと	総合戦略
<p><b>地域文化を創造する次代の担い手の育成や連携の促進</b></p> <p>本市は、尼崎市総合文化センター(以下総文)を文化振興の拠点と位置付け、人的財政的支援を行うなか、平成15年度以降、段階的に文化事業を移行させ、総文を通して文化行政を展開してきた。しかし、時の経過とともに市と総文の役割分担が次第に曖昧になり、今日に至っている。また、実施事業が、本市がシティブロモーションのターゲットとしている層に届いていないこと、現在総文が、財政的、人的な課題に加え、施設の老朽化等の問題も抱えていることなどから、今後、本市の文化行政を推進するために、総文のあり方も含めて両者の役割分担の再整理が必要である。</p> <p><b>【地域文化の創造】</b></p> <p>&lt;市の取組&gt;                      尼崎市総合文化センターに対し補助金を交付しているが、事業の内容や実施方法について、補助金を支出している立場から積極的に様々な提案や意見交換を行い、より効果的な事業実施や収支の改善に向けて取り組むよう要請した。                      本市の文化行政の指針となる文化ビジョンを策定するため、平成27年度は関係課による庁内検討会議を2回実施し、現行ビジョンの検証や、新ビジョンで示す範囲等について意見交換を行い、文化の定義を、生活文化やマナー等から芸術も含めた幅広いものとして捉え、検討していくことを確認した。</p> <p>&lt;総合文化センターの取組&gt;                      ホールの貸出開始日を早める等の利用促進の取組を行い、入場者数は年間39万7千人となった(目標指標)。また、平成25年10月から年末年始を除く無休営業を実施しているが、入場者数・稼働率の増に繋がらず、今後の課題である(目標指標)。美術ホールでは、平成26年度まで有料の美術展事業を年3回開催していたが、平成27年度からは年間2回の実施となり、有料入場者数は減となったものの、空き日程に、市内幼稚園児から高校生までの作品を展示する「あまっこアートギャラリー」を開催し、3,096人の来場があった結果、トータルの入場者数は増となっている。</p> <p><b>【次代の担い手の育成や連携】</b></p> <p>&lt;市の取組&gt;                      若い世代の育成のため、総合文化センター等が実施する公演等を若年層が500円で鑑賞できる「ティーンズサポートチケット」のPRを行った。平成27年度は88人が当選し、一流の芸術を体験する機会を提供することができた。しかし、応募者数は年々減少しており、事業の参加者に広がりが見られない。</p> <p>&lt;総合文化センターの取組&gt;                      「高校生のためのオペラ事業」では、平成27年度は3,434人の参加があり、前年の3,001人を上回り、質の高い芸術に触れる機会を提供できた。                      小学生等の芸術体験を目的とした「アウトリーチ事業」では、美術では、従来、実施対象学年を小学校5年生に限っていたが、低学年や園児なども参加しやすいよう講義内容を変更したほか、平成27年度の幼小連携研修会等にも参加し、関係者へのPRを行った。音楽では、市内小学校5年生を主な対象としてきたが、平成27年度から新たに養護学校や生活介護事業所などにも活動範囲を広げ、38回開催することができた(目標指標)。教育委員会と連携し事業の周知を図るとともに、実施団体を増やす取組が必要である。</p>	総合戦略
<p><b>地域の資源を活かした新たな魅力づくり</b></p> <p><b>【地域資源の活用】</b></p> <p>&lt;市の取組&gt;                      旧公民館分館を若手芸術家の発表・創作の場として活用し、「あまらぶアートラボ運営事業」を実施した。展示会を2回実施し、1,471人の来場があったほか、子供向けのワークショップを5回(78人参加)、アーティスト等によるトークライブを5回(159人参加)開催した。                      本市には多くのお笑いタレント、落語家が在住し、地域寄席が市内各地で開催されていることから、「お笑い」「落語」も地域資源の一つであると捉え、近松記念館を活用して「尼崎落研選手権」を開催し、250人の来場があった。                      の事業を通じて、これまでリーチしにくかった20代、30代の若年層が尼崎を訪れており、一定の成果が見られる。</p> <p>&lt;総合文化センターの取組&gt;                      尼崎市総合文化センターでは、文化振興事業として地域資源を活用し、薪能や近松ナウ事業、新人お笑い尼崎大賞、尼崎市展などを実施した。また、世界的に評価の高い郷土画家白髪一雄の作品については総合文化センター内にある記念室において2回の展示会を開催した。今後も引き続き整理、調査、修復を行い、順次公開していく中で、郷土作家を魅力として発信していく。</p>	総合戦略

3 市民意識調査(市民評価)

項目内容	地域資源を活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				
重要度	重要	まあ重要	ふつう	あまり重要でない	重要でない
27年度	18.9%	30.6%	45.1%	3.7%	1.7%
26年度	第19位 / 20施策	5点満点中	3.61点(平均3.98点)		
25年度	第18位 / 20施策	5点満点中	4.03点(平均4.39点)		
満足度	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足	不満足
27年度	1.8%	11.1%	61.1%	20.8%	5.2%
26年度	第18位 / 20施策	5点満点中	2.84点(平均2.95点)		
25年度	第13位 / 20施策	5点満点中	2.88点(平均2.91点)		

割合の合計は、端数処理の関係により100%にならない場合があります。



5 施策評価結果(二次評価)

次年度に向けた取組方針 (平成29年度予定を記載。必要に応じて平成28年度も含む。)
<p><b>【地域文化の創造】</b>                      尼崎市総合文化センターに対しては、市民だけでなく市外の人でもより利用しやすいようニーズの把握に努めたいと、優れた文化芸術に親しむ機会の提供を行えるよう、主催事業の企画、実施を求め、総合文化センターの入場者数、稼働率の増を図っていく。                      平成27～28年度にかけて、本市の文化行政の指針となる文化ビジョンを策定する。平成28年度は、学識経験者、市民、関係団体等からなる会議体の設置・運営や専門家等への意見聴取、庁内会議等を経て策定していくものとし、尼崎市総合文化センターと市の役割分担などについても合わせて整理していく。平成29年度以降は新たなビジョンを基に、本市の文化を発信する取組を進めていく。</p>
<p><b>新規・拡充の提案につながる項目</b></p> <p><b>【地域文化の創造】</b>                      総合文化センターは施設や備品の老朽化が進んでおり、ハード面での整備について、中長期的な方針を検討する必要がある。</p>
<p><b>改革・改善の提案につながる項目</b></p>

評価と取組方針
<p>本市の文化行政の指針となる文化ビジョンを策定する中で、尼崎市総合文化センターと市の役割分担などについても合わせて整理し、平成29年度以降、新たなビジョンに基づき、文化行政の更なる推進を図る。また、施設の老朽化等のハード面での課題に対して、中長期的な取組方針を検討する。</p> <p>若い世代に主眼を置いた事業展開を図ってきており、本市の文化行政、都市魅力創造の柱のひとつとして、力を入れている。これらの取組は、成果が短期間で現れるものばかりではないことから、今後も着実に取組を継続していく。</p> <p>施策の二次評価は「現行継続」とし、これまでの取組を基本としながら、効果的な施策遂行に努める。</p>
<p><b>総合評価</b></p> <p>重点化      転換調整      現行継続</p>

# 平成28年度 施策評価表 (平成29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。
主担当局	企画財政局		

## 2 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	
尼崎市のイメージがよくなったと回答した市民の割合		H24 35.4	% 50	31.8	34.8	40.3	**	**	33.6%
尼崎観光オフィシャルサイト「あまらぶ」のページビュー数		H24 88,939	回 100,000	81,608	103,375	82,152	**	**	0%
あまらぶtwitterのフォロワー数		H24 5,550	人 10,000	6,921	7,818	8,240	**	**	60.4%
記者会見・記者レクの場合数		H24 40	件 55	36	53	37	**	**	0%
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	53.2	60.0	**	**	42.0%

## 3 市民意識調査(市民評価)

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
------	---

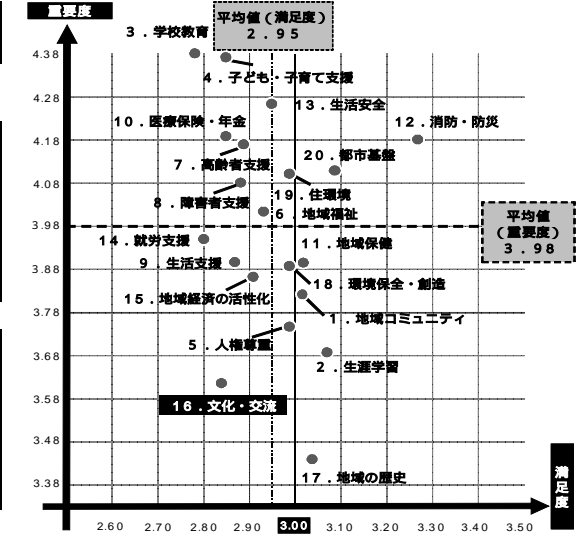
### 重要度

	重要	まあ重要	ふつう	あまり重要でない	重要でない
27年度	18.9%	30.6%	45.1%	3.7%	1.7%
26年度	第19位 / 20施策	5点満点中	3.61点(平均3.98点)		
25年度	第19位 / 20施策	5点満点中	3.60点(平均3.99点)		
25年度	第18位 / 20施策	5点満点中	4.03点(平均4.39点)		

### 満足度

	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足	不満足
27年度	1.8%	11.1%	61.1%	20.8%	5.2%
26年度	第18位 / 20施策	5点満点中	2.84点(平均2.95点)		
25年度	第18位 / 20施策	5点満点中	2.84点(平均2.95点)		
25年度	第13位 / 20施策	5点満点中	2.88点(平均2.91点)		

割合の合計は、端数処理の関係により100%にならない場合があります。



## 4 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)(平成27年度実施内容を記載)	
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
総合戦略	
<p>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。以後、指針に基づき、「子育てファミリー層の定住・転入促進」を目標に、尼崎の魅力を知ってもらい、好きになってもらう「あまらぶ」の取組を進めてきた。これまでの取組で「新たな魅力の発掘・創造」など、成果が見られた部分もあるが、「庁内へのさらなるシティプロモーション意識の浸透が必要」「市民とともに取り組むシティプロモーションができていない」など、課題が残る部分もある。</p> <p>【情報発信体制強化による成果】                  「尼崎版シティプロモーション推進指針」では「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。平成27年度は、「あまらぶインフォメーション事業」において、JR尼崎駅構内に「あまがさき・魅力案内所(あまらぶi+Plus)」の設置・運営を行い、8,918件の利用があった。事業費を削減する中で日曜・祝日も開所するなどした結果、一日当たりの利用者数はこれまでの約3倍となっており、より効果的な発信に努めた。</p> <p>また、同事業において「小林可夢偉応援ツアー」、「あまらぶ体験隊」など本市の魅力の増進・戦略的な発信に結びつく事業を実施し、着実な情報発信に努めてきたほか、随時、市内の観光資源を情報収集し、SNS等で情報を発信している。平成27年度は「あまらぶ」のページビュー数(目標指標 )は82,152件と減少したものの、ツイッターのフォロワー数(目標指標 )は8,240件と順調に増加している。</p> <p>【戦略的な情報発信のための連携】                  平成25年度の「シティプロモーションサミット」、平成26年度の「義経・与一・弁慶・静 合同サミット」に続き、平成27年度は「工場夜景サミット」を開催した。7都市の事例を共有するなどし、199人の参加があった。テレビ、新聞等のメディアでも取り上げられ、市内外へPRすることができたことから、各目標指標の実績値の増へ繋がっているものと見込まれる。(目標指標 )</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や職員全体の情報発信力の強化などに取り組んだ。子育てファミリー世帯の定住・転入を促進するためには、学校、教育、子育て関連情報の戦略的・効果的な発信に未だ課題がある。                  ア 職員の発信力を高め、より丁寧に伝えるスキルを身に付けられるよう、所属長が本市事業や施策を記者に直接説明する「所属長レク」を実施するとともに、市政記者へのアプローチを積極的に行った結果、記事掲載率が上がった(目標指標 )。                  イ 職員の広報スキルの向上を目指し、全職員を対象に「発信レベルアップ研修」を年2回開き、「撮影スキル(10月7日、36人)」、「メディア対応(2月4日、31人)」をテーマに講義やワークショップを行い、職員の一人ひとりの意識改革・スキルアップに努めた。                  ウ 市報とホームページの一体化に向けた取組として、市ホームページに、平成26年度の「あまがさきスクールライフ」のアーカイブ化に続き、平成27年度には「市報あまがさき特集記事まとめサイト」の作成を行った。                  エ 市公式ホームページ以外に複数ある市外部サイトの現状と課題について調査し、掲載内容が重複しているサイト(あまさがねっと・あまがさきに住もうネット)の見直しや、教育・学校についての情報発信の強化・充実など、今後の方向性についてまとめた。                  オ 市報あまがさきのスマートフォン・タブレット端末に適した形での情報発信を開始した(i広報紙、マイ広報紙)。</p> <p>【市民協働型のシティプロモーション】                  市民自らがSNS等にまちの魅力を直接投稿できる仕組みについて検討したが、無責任な直接投稿(荒らし行為等)の抑制ができない課題があり、他の手法を検討することとした。</p>	

次年度に向けた取組方針 (平成29年度予定を記載。必要に応じて平成28年度も含む。)	
【戦略的な情報発信のための連携】	地域資源を活用し、若者のチャレンジを応援していくため、関係部局等と協働し、庁内連携型での発信強化に取り組んでいく。
【市役所の情報発信力強化】	コミュニケーション部会の検討成果を基に、市のコミュニケーション力の向上に向けた取組を推進し、市の重要施策を戦略的・効果的に発信する。年間広報計画に基づき、庁内外の情報、最も効果的な手法、最適なタイミングで発信する。子育てファミリー層を対象に、定住・転入促進を目的に、市の政策・施策を戦略的・効果的に発信する。
【市民協働型のシティプロモーション】	市民がまちの魅力を発信する仕組みについては、平成28年度にサイト構築を進めている定住・転入促進情報発信サイトにおいて、市民がまちの魅力を発信するコーナーを作り、直接投稿型ではなく、市の承認後に公開される仕組みを作る。
新規・拡充の提案につながる項目	新たな魅力の創造について引き続き取り組むとともに、すでに魅力として発信しているものについては、より効率的・効果的に取り組みを継続していくための、新たな運営方法を検討する。
改革・改善の提案につながる項目	

## 5 施策評価結果(二次評価)

評価と取組方針	
総合評価	重点化
	転換調整
	現行継続

平成28年度 施策評価表 (平成29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。
主担当局	企画財政局		

2 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	
市内の観光客入込客数(総計)		H24 2,055,402 人	2,200,000	2,091,137	2,110,359	2,311,583	**	**	100%
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	2,025	2,120	**	**	0%
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	365,058	411,232	**	**	100%
あまらぶfacebookページへの「いいね」件数		H24 359 件	2000	995	1,639	2,280	**	**	100%
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	28	42	**	**	100%

3 市民意識調査(市民評価)

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
------	---

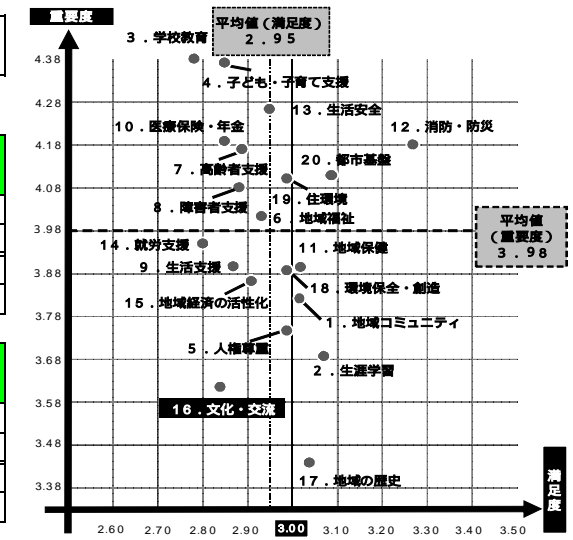
重要度

	重要	まあ重要	ふつう	あまり重要でない	重要でない
27年度	18.9%	30.6%	45.1%	3.7%	1.7%
26年度	第19位 / 20施策	5点満点中	3.61点(平均3.98点)		
25年度	第18位 / 20施策	5点満点中	4.03点(平均4.39点)		

満足度

	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足	不満足
27年度	1.8%	11.1%	61.1%	20.8%	5.2%
26年度	第18位 / 20施策	5点満点中	2.84点(平均2.95点)		
25年度	第13位 / 20施策	5点満点中	2.88点(平均2.91点)		

割合の合計は、端数処理の関係により100%にならない場合があります。



4 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)(平成27年度実施内容を記載)		
行政が取り組んでいくこと	尼崎への愛着と誇りの醸成	総合戦略
<p>【まちの魅力再発見と交流人口の増加】                  定住人口の増につなげることを目的に、本市の魅力を増進・発信し、尼崎を好きな人を増やす「あまらぶ」に取り組んでいる。今以上に民間事業者からの共感や協力を求めていきたい。                  寺町や近松の里等を市民がガイドする「ボランティアガイド」の運営支援を行っており、平成27年度は2,120人を案内した。さらなる参加者の増や対象年齢層の拡大が課題である。                  あまらぶインフォメーション事業では、地名めぐりや工場夜景等の地域資源を活用したイベントを開催した。また、地元企業の協力を得て、「阪神電車車両基地・まなび基地」の見学会や、小学校でパティシエがケーキのデコレーションを実演する「スイーツ授業」等を実施し、地元企業に愛着を持ってもらい、将来の職業について考える機会を提供した。                  平成27年度に「あまがさき・街のみどころ案内事業」と「あまかん」事業を「あまらぶインフォメーション事業」として再構築し、利用者が多く、アクセスがよいJR尼崎駅構内に、本市の魅力発信の拠点として、あまがさき・魅力案内所「あまらぶi+Plus」を開設したほか、尼崎の魅力体験する「あまらぶ体験隊」等の事業を実施した。なお、案内所が約11㎡と非常に狭小なため、活用方法に制限があるが、引き続き効率的・効果的な活用について検討する必要がある。                  訪日外国人が増加していることから、本市の魅力を発信するため、平成28年2月に案内パンフレットを作成した。英語、中国語(繁体字・簡体字)、韓国語、日本語の5ヶ国語、合計10万部を作成し、尼崎市内のホテル、阪神電車尼崎駅、あまらぶi+Plusほかで配付している。なお、今後、パンフレット作成後の効果の検証が必要である。                  本市に宿泊する外国人も多く見られ、観光客入込客数、ホテル宿泊者数、facebook「いいね！」件数も着実に増加している。(目標指標)</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	総合戦略
<p>【地域資源を活用した交流】                  まち情報発信事業では、子育てファミリー層に訪れていただき、現在の尼崎市を実感してもらうとともに、本市での子育てしやすいイメージを発信していくため、「こどものためのあまらぶワークショップ」を開催し、5,000人の参加があった。                  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・交流人口の増に取り組み、定住人口の増に繋げていく。                  広域的なネットワークであるひょうごツーリズム協会、歴史街道推進協議会に加入し、本市のPRを行っている。今後も引き続き、子育て世代の定住、転入促進等を掲げるシティプロモーション指針に沿った本市の取組が効果的にPRできるよう、各団体との連携を図っていく。</p> <p>【姉妹都市・友好都市との交流】                  アウクスブルク市と姉妹都市提携を、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、受け入れを実施してきた。平成27年度はアウクスブルク市からの青年団受入と鞍山市への小学生代表団の派遣、鞍山市との小学生書画交流展を実施した。今後も幅広い交流を促進し、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>【国際交流事業補助金】                  市民全体の国際交流促進のために尼崎市国際交流協会へ補助金を支出してきたが、平成26年度の事業たな卸しの結果を踏まえ、事業補助金としての支出であることをより明確にするため要綱を見直した。</p>		
行政が取り組んでいくこと	大学との連携(COC事業)	総合戦略
<p>【大学との連携】                  文部科学省事業である「地(知)の拠点整備事業(大学COC事業)」については、兵庫県立大学、園田学園女子大学の2大学と連携して取組を行っている。尼崎市の特性や課題などについての講義や学生たちが課題解決に向けて調査・研究・立案する際の支援を行うことで、まちづくりに取り組む市民と触れあうなど、本市で得た経験が学生の人生の後押しになることを目指している。                  学生が積極的に地域と関わりあう姿が見られており、今後も、より一層、地域に密着した活動を、継続して実施していくことが必要である。</p>		

次年度に向けた取組方針 (平成29年度予定を記載。必要に応じて平成28年度も含む。)	
<p>【まちの魅力再発見と交流人口の増加】                  ボランティアガイドについては、ガイドの育成・支援が課題となっており、対応を検討していく必要がある。                  新しく設置したあまがさき・魅力案内所「あまらぶi+Plus」の運営については、段階的に地域とのつながりを強化し、市民の手による情報発信や交流を図る体制づくりを目指す。                  インバウンドの取組については、今後、実態把握や現状分析を行うとともに、城内地区の整備計画や周辺地域の活性化等も含め、庁内外を問わず、幅広い立場からの意見交換を行う中で検討を進めていく。                  ひょうごツーリズム協会、歴史街道推進協議会については、本市の取組がより発信できるよう、引き続き各団体との調整を行う。                  国際交流協会については、今後も引き続き事業に対し一定の補助を行っていく。                  【大学との連携】                  兵庫県立大学、園田学園女子大学と平成29年度においても、継続して事業を実施する。</p>	
新規・拡充の提案につながる項目	
<p>シティプロモーションの推進にかかる財源を確保するため、あまがさき魅力・案内所へ協力企業の広告を設置し、歳入の確保を図る。また、同案内所については、より効率的・効果的なシティプロモーションを推進するため、あり方や今後の展開について検証を行う。</p>	
改革・改善の提案につながる項目	

5 施策評価結果(二次評価)

評価と取組方針		
<p>・多様な地域資源を活かしながら、交流人口を増やしていくとともに、市民や本市を訪れる人に、広く、本市の魅力再発見、再認識してもらうことを通じて、尼崎を好きな人の増加につなげていく。</p> <p>・さらなる地域の愛着や誇りの醸成、市内外の人の交流促進に向けて、今後、インバウンドも踏まえた観光地域づくりの視点に立ち、多様な関係者との連携を深めながら、行政だけにとどまらない仕組みや体制を構築していく。</p> <p>施策の二次評価については「転換調整」とし、より効果的な取組への転換に向け調整を行う。</p>		
総合評価		
重点化	転換調整	現行継続