



福井市

人口 265,463 人 (推計 H25.9.1) 面積 536.19 km²

□■まちの概要

福井市は、福井県の県都で、県の北部、福井平野の中央に位置しています。市の西方は日本海に面し、風光明媚な越前加賀海岸国定公園となっており、北方には坂井平野がひらけ、福井で生まれた「コシヒカリ」を中心とした稲作を基幹作物としています。

古くから繊維の産地として知られていますが、現在では合成繊維をはじめとするあらゆる関連業種が集積しており、また最近では化学工業も盛んになってきています。

これまで戦災や震災、水害という数多くの災害を受けましたが、それらを乗り越えて不死鳥のごとく復興し、発展してきました。

□■シティプロモーションの取り組みの概要

- 平成 20 年度 観光アドバイザー就任
- 平成 21 年度 「一乗谷 DISCOVERY PROJECT」 実施開始
 コンセプト: デザインの力で新しいタイプの日本の旅を提案していこう
 観光イメージポスターの制作 (～ 25 年度まで)
- 平成 22 年度、ソフトバンクCM(～ 24 年度まで)
 六本木駅、JR 主要駅でのポスター掲出 (～ 25 年度まで)
- 平成 23 年度 交通広告グランプリ受賞
 写真集・絵葉書の制作
- 平成 24 年度 映画「旅の贈りもの 明日へ」公開
- 平成 25 年度 カレンダーの制作

【一乗谷 DISCOVERY PROJECT】

◆観光アドバイザー

- 安野敏彦
 - ・元全日本空輸 (株) 宣伝部長
 - ・元鹿児島観光大使
 - ・福井市観光アドバイザー 平成 20 年 7 月就任

◆デザインのカ

- 佐々木宏 (クリエイティブ・ディレクター)
- 副田高行 (アート・ディレクター)
- 藤井 保 (カメラマン)



デザインの力を借りてイメージーションをかき立て、新しいタイプの日本の旅を提案していこう



◆ポスター

- 都営地下鉄大江戸線六本木駅、JR主要駅でのポスター掲出
- 交通広告グランプリ 2011



◆テレビCM

- ソフトバンク

白い犬のお父さんの故郷という設定

- ・ ホワイト学割
- ・ 一乗谷連続CM 小説
- ・ サントリー BOSS コラボシリーズ

CM本数 合計 11 本



◆映画

- 旅の贈りもの 明日へ

- ・ 一乗谷のロケシーンに、白い犬のお父さんカイ君とダンテさんが出演

- 東京国際映画祭に出品

- ・ 市長がグリーンカーペットを歩く



□■今後の課題や方向性

「一乗谷 DISCOVERY PROJECT」を実施する前と比べると観光客数は増えていますが、リピーターが訪れるまでの観光地になっていません。文化財保護の指定を受けているためエリア内の開発行為には厳しい制限がありますが、観光 5 大要素である「見る」「食べる」「遊ぶ」「泊まる」「買う」の機能強化が必要と感じております。

平成 27 年春の北陸新幹線金沢開業を機に、「一乗谷 DISCOVERY PROJECT」の NEXT ステージとして、ハード・ソフトの磨き上げを行い、さらなる観光誘客を図っていききたいと思います。

担当所管名◎ 観光推進課

電話番号◎ 0776-20-5346



尼崎市

人口 449,258 人 (H25.10.1 現在) 面積 50.27 km²

□■まちの概要

港町から、大阪の西の備えの城下町、そして日本有数の工業都市として発展してきた尼崎市は、兵庫県の南東部に位置し、大阪湾ベイエリアに面した「ものづくりのまち」です。

約 50 km²の市域に計 13 の駅があり、大阪から 5 分、神戸から 15 分と交通も便利です。また、阪神間最大級の商店街や複数の大規模なショッピングセンターがあり、生活に便利なにぎわいがある一方、北部には閑静な住宅街が広がるなど、多様な顔を持つ街でもあります。

□■シティプロモーションの取り組みの概要

○平成 24 年度、複数の課を統合して、シティプロモーション推進部 都市魅力創造発信課を設置。

○平成 25 年 2 月に、「尼崎版シティプロモーション推進指針（あまらぶ大作戦）」を策定。

基本となるのは「尼崎を好きな人を増やす」こと。（尼崎を好きなこと＝あまらぶ）

“尼崎版シティプロモーション”の

定義⇒「まちの魅力を増進すること」と、それを「戦略的・効果的に発信すること」

目的⇒「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）」を増やすこと。

○尼崎版シティプロモーションは、「現在ある魅力のさらなる向上」「新しい魅力の発掘・創造」「マイナスイメージの払拭」「まちの課題への対応」の 4 つの視点で取り組みを進めていく。

I 現在ある魅力のさらなる向上、新しい魅力の発掘・創造

（地域資源とそれらを活かした取り組み）

1. スイーツの街

日本を代表する洋菓子メーカーの創業の地であり、有名店のパティシエを数多く輩出している。

- ・パティシエ特別授業&スイーツ給食
（株）エーデルワイス様の協力により実施
夢に向かってチャレンジする子どもを応援！
- ・スイーツスタンプラリー

→ 4 年目、過去最多の 39 店舗が参加

2. 忍たま乱太郎 あまがさきウェルカムカード

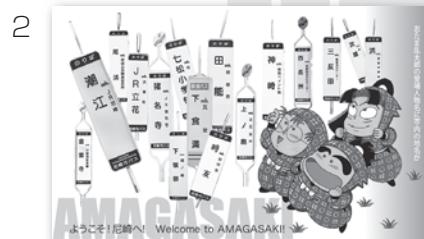
市内の地名を巡る“聖地巡礼”に訪れるファンを「影の尼崎観光特使」に。

- 5 ヶ月で 1,500 人を突破
- 全国 47 都道府県、海外からも来尼
- 8 月には市内の旅館でファン合宿を実施

3. 尼崎工場夜景バスツアー

環境が改善した現在、幻想的な工場夜景が魅力に。工場写真などで知られる地元の写真家 小林哲朗 氏がプロデュース・同行。

→ 第 1 回目は募集開始 5 分で完売。本市で 2 回実施後、民間旅行会社が旅行商品化。



撮影：小林哲朗氏

4. 武庫川コスモス園

ゴミの不法投棄などで一時荒れていた河川敷が、地元住民グループの努力で、約 550 万本のコスモスが咲き誇るコスモス畑に。市内外から多数の見物客が来訪。

4



5. あまらぶウエルカムムービー

本市の魅力を戦略的・効果的に伝え、子育てファミリー世帯の転入を促進することが狙い。

→You Tube、ショッピングセンタービジョン、マンションモデルルームなどで放映中

5



<http://www.city.amagasaki.hyogo.jp/25518/027454.html>

Ⅱ マイナスイメージの払拭・まちの課題への対応

平成 25 年 3 月 15 日、国から「環境モデル都市」に選定！

→市民・地元産業界が一丸となって環境と経済の両立を目指す、モデル性・実現可能性が高いものであると評価される

→公害などのマイナスイメージを払拭し、「課題解決先進都市」へ

Ⅲ 全庁的な推進体制の強化

- ・全職員に呼びかけシティプロモーションのネタ募集
 - 405 件の応募 実現可能性を検討し、できるものから実施
- ・部局横断テーマの全体コーディネートと情報発信
 - 季刊紙「まるっとアマガサキ」を年4回発行、夏休み特大号は全小学生に配布
- ・各所管事業の宣伝・PR の相談体制の整備、庁内研修の実施
 - 情報発信ツールの作成や HP での PR、効果的な報道対応などに協力

□■今後の課題や方向性

- ・子育てファミリー世帯の転出超過への対応（良好な都市イメージづくりなど）
- ・交流人口のさらなる増加のため、宿泊を伴う来訪メニューづくり
- ・市内北部、中部、南部、それぞれの個性（エリアごとの特徴）の魅力発信と相互理解

担当所管名◎都市魅力創造発信課

電話番号◎ 06-6489-6385