

平成27年度 施策評価表 (平成28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。
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		新たな文化振興ビジョンの策定	
同重点課題項目の有無			
担当当局	企画財政局		

2 目標指標

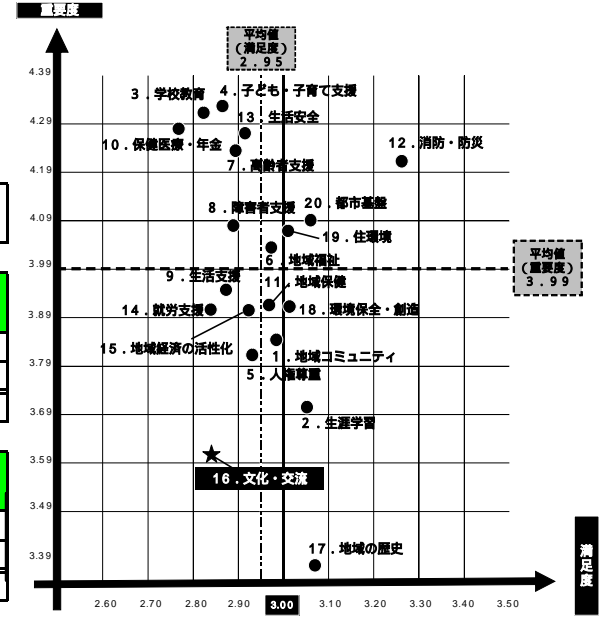
指標名	方向	基準値	目標値 (H29)	実績値					現時点での達成率
				H25	H26	H27	H28	H29	
尼崎市総合文化センター入場者数		H24 400,000 人	450,000	399,000	386,000	**	**	**	0%
尼崎市総合文化センターアウトリーチ事業実施数		H24 37 回	55	53	40	**	**	**	16.7%
後援文化事業数		H24 121 事業	200	171	121	**	**	**	0%
尼崎市総合文化センター稼働率		H24 45.8 %	55	40.5	40.3	**	**	**	0%

3 市民意識調査(市民評価)

総合計画に掲げる20施策について、その進捗度や関連する項目の市民意識を把握するため、施策の「重要度」、取組の「満足度」についての現状をお伺いするアンケートを実施しました。

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
26年度	18.0%	32.2%	43.6%	4.2%	1.9%
25年度	第19位 / 20施策	5点満点中	3.60点 (平均3.99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
26年度	2.3%	10.4%	61.3%	20.9%	5.1%
25年度	第18位 / 20施策	5点満点中	2.84点 (平均2.95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)						
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						
<p>【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である尼崎市総合文化センターに対し補助金を交付している。総合文化センターにおいては、平成26年度はホールの貸出開始日を1ヶ月早め、また、営業・宣伝目的で使用する場合の利用料金の基準の見直しや、駐車場の料金の上限を設定するなど利用促進に努めた。その結果、入場者数はホール及び会議室は約5千人増となったが、美術ホールについては利用件数が少なく約1万8千人の減となり、全体の入場者数は年間38万6千人であった。(目標指標)</p> <p>また、平成25年10月より年末年始を除く無休営業を実施しているが、入場者数の増には繋がっておらず、稼働率においても減となっており、入場者数の増に向けていかに取組むかが課題である。(目標指標) 入場者数が減となった美術ホールでは平成27年度は新たに「あまっこアートギャラリー」を実施し、市内幼稚園から高等学校までの児童・生徒の描いた作品を展示し、入場者数の増に向け取り組むものとする。補助金を有効に活用していくうえで、総合文化センターに対しては、より利用しやすいニーズの把握に努め、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、実施を求めていく。</p> <p>市民独自の多彩な文化活動が存在する中で、本市の歴史、文化を振興し発信する取組の推進のため、文化行政の指針となる文化振興ビジョンを策定することとし、平成27年度はビジョンの策定にあたり、学識経験者、専門家等からの聞き取り調査、庁内会議等を実施する。</p> <p>【次代の担い手の育成や連携】 文化芸術を創造する若い世代等の育成に関しては、総合文化センター等市内の施設と連携して、下記事業を実施した。 「ティーンズサポートチケットPR事業」では、平成26年度は136人が当選し、若い世代に一流の芸術を身近に体験する機会を与えることができた。平成27年度においては、より多くの人に利用してもらうために、申込期限を年1回から月ごとに、また、ウェブサイトから申込みができるよう改善を行った。 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」では、平成26年度は3,001人の参加があり、若い世代に質の高い芸術に触れる機会を提供できた。 また、市内の小中学生等が美術や音楽を体験することを目的とした「アウトリーチ事業(尼崎市総合文化センター)」では、平成26年度より対象学年を高学年から3年生以上に広げ、3年生の応募が2校あったが、音楽部門も含め実施件数は40件で前年度より減となった。(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。 なお、総合文化センターにおいては、新しい分野の検討等も進めているが、補助金の効果が得られるよう積極的な事業展開を要請していく。市事業としては、若手アーティストに発表の場を提供し、美術展を開催する「AMA展」などを実施した。</p>						
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	進捗	順調	概ね順調	やや遅れている
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						
<p>【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26年度も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」を開催し、378人の参加があった。「AMA展」は過去2年間実施し、若い世代が現代アートに触れたり、アートを学ぶ学生に作品を発表する機会が提供でき一定の評価を受けた。今後は継続した取組ができるよう、旧小田公民館城北分館においてアートラボ事業として拡充していく。 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など「お笑い」「落語」も地域資源の一つである。これまでAMA展を実施してきた近松記念館の劇場型構造を生かし、平成27年度は同館で「尼崎学生落語選手権」を開催し、地域資源の活用を促進し若者のチャレンジを応援するまちとしてのメッセージの発信を行う。 尼崎市総合文化センターにおいては、文化振興事業として地域資源を活用し、新能や近松ナウ事業、新人お笑い大賞、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3回の展示会を開催し、平成26年度は4,294人の入場者があった。今後も引き続き整理、調査、修復を行い、順次公開していく。 このように地域の資源を活用し、組み合わせ等を工夫しながら、地域の魅力を発信する取組を進めていく。</p>						
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	進捗	順調	概ね順調	やや遅れている

次年度に向けた取組方針	
<p>【地域文化の創造】 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に対してもより利用しやすいニーズの把握に努め、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。 文化振興ビジョンについては、学識経験者、専門家、関係団体からの意見聴取、庁内会議、勉強会を通じ共有されたビジョン全体の構成や方向性を踏まえ策定していくものとし、尼崎総合文化センターのあり方や市との役割分担などについても整理していくものとする。</p> <p>【地域資源の活用】 新しく拡充するアートラボ事業は年間を通した取組を実施し、現代アートを通じてアーティスト、観覧者とも若い世代の育成に努める。また、「尼崎学生落語選手権」も継続して実施し、本市が若者のチャレンジを応援するまちであるというメッセージを発信していく。</p>	
新規・拡充の提案につながる項目	
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>・本市の文化芸術振興において指針となる、文化振興ビジョンの策定に取り組んでいく。</p> <p>・総合文化センターの入場者数、アウトリーチ事業実施数、稼働率などの実績値が減少傾向にあり、利用者のニーズを把握することが課題である。</p> <p>・今後は上記の文化振興ビジョンの中で、総合文化センターのあり方や市との役割分担などについても整理していく。</p> <p>上記取組方針を踏まえ、施策の2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>		
総合評価		
重点化	転換調整	現行継続

平成27年度 施策評価表 (平成28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。
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	-		
局重点課題項目の有無		シティプロモーションの推進	
担当当局	企画財政局		

2 目標指標

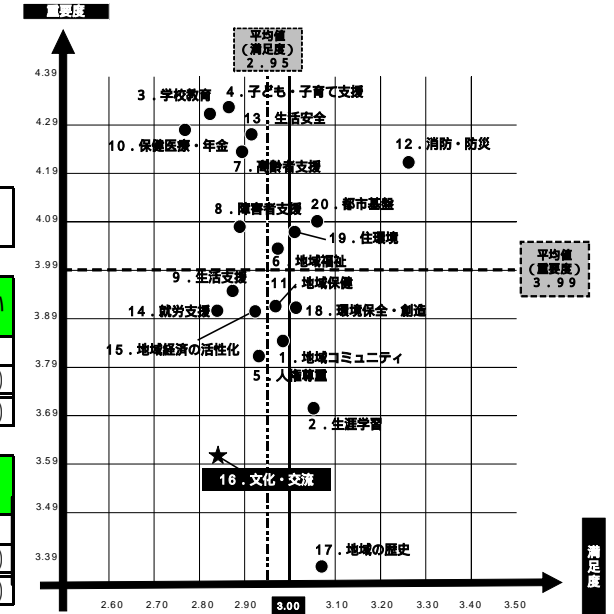
指標名	方向	基準値	目標値 (H29)	実績値					現時点での達成率
				H25	H26	H27	H28	H29	
尼崎市のイメージ(総計)		H24 35.4 %	50	31.8	34.8	**	**	**	0%
尼崎観光オフィシャルサイト「あまかん」のページビュー数		H24 88,939	回 100,000	81,608	103,375	**	**	**	100%
あまかんtwitterのフォロワー数		H24 5,550	人 10,000	6,921	7,818	**	**	**	51.0%
記者会見・記者レクの案件数		H24 40	件 55	36	53	**	**	**	86.7%
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	**	**	**	22.3%

3 市民意識調査(市民評価)

総合計画に掲げる20施策について、その進捗度や関連する項目の市民意識を把握するため、施策の「重要度」、取組の「満足度」についての現状をお伺いするアンケートを実施しました。

項目内容	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
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	18.0%	32.2%	43.6%	4.2%	1.9%
26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
26年度	2.3%	10.4%	61.3%	20.9%	5.1%
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)						
<p>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> <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。平成26年度は「あまかん」事業により、「小林可夢偉応援バスツアーやトークショー」「あまらぶ体験隊」「スイーツスタンプラリー」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。また、随時、市内の観光資源を情報収集SNSにより情報発信を実施した結果、平成26年度は「あまかん」のページビュー数(目標指標)は103,375件で目標値を達成し、ツイッターのフォロワー数(目標指標)も7,818件と順調に増加している。今後も様々な企画・イベントを実施し、注目される取組をさらに進めていく。</p> <p>【戦略的な情報発信のための連携】 平成25年度は「シティプロモーションサミット」を、平成26年度は、歴史に名を残す先人たちを生かしたまちづくりの一環として実施されていた「義経・与一・弁慶・静 合同サミット」を本市において開催し、8市町の自治体及び一般市民から595人の参加があり、文化観光推進についての情報共有及び本市の歴史や伝承を発信し、本市の取組について他都市に向けてPRすることができた。市内外へPRすることで、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>全国規模のサミットを本市で開催することは、全国各地から多くの方に来てもらい、交流人口の増加に繋がることから、平成27年度は「全国工場夜景サミット」を開催し、産業都市として発展し、市内に多数の工業を有する本市の魅力を、観光資源である工場夜景という観点から発信し、まちの魅力を高めていく。</p> <p>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を行ってきたが、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、各団体に要請した。</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んだ。具体的な取組として、発信する内容により、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」を積極的に実施した結果、記者会見・記者レクの案件数が増加した。(目標指標)</p> <p>また、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3回開き、「行政セクターにおけるコミュニケーションとは」「効果的なポスター・チラシの作り方」「メディアや市政記者とのいい関係を築くには」をテーマに講義やワークショップを行った。さらに、市報とホームページの一体化に向けた取組として、総務局と連携して、市ホームページに、まちの魅力をポータルサイト「いいね!あまがさき」の開設や、市報あまがさきの裏表紙連載コーナー「あまがさきスクールライフ」のアーカイブの作成を行った。</p> <p>社会環境の変化等を受け、従来の広報のあり方を見直す必要があることから、情報化推進委員会の専門部会としてコミュニケーション部会を設置し、「行政コミュニケーション」の視点から、市政情報の戦略的・効果的な発信のための仕組み・手法について必要な調査・研究を行い、本市のコミュニケーション力を向上させるための「目標」と「取組の柱」など方向性をまとめた。</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	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	
【戦略的な情報発信のための連携】 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、本市の魅力を知らせていただき、本市を好きになっていただく取組を行ってきた。今後も、対象を意識しながらフェイスブックやツイッターなども活用し、より戦略的・効果的な情報発信に努めていく。また、特に地域資源の活用を図り、若者のチャレンジを応援できるような魅力的な事業展開に努めていく。 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、本市の取組により発信できるよう、引き続き各団体との調整を行う。	
【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。 【目標】日本一コミュニケーションする組織になる! 【取組の柱】(1)戦略的・効果的に情報発信するための体制づくり(2)広報媒体の充実・整理(3)市民が市政情報にふれる機会の増加(4)情報の共有・連携(5)双方向コミュニケーションの強化(6)職員一人ひとりの意識改革・スキルアップ	
新規・拡充の提案につながる項目	
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>本市の魅力が市内外へ発信するため、多様な取組を実施しているところであるが、市のイメージは短期間で飛躍的に向上するものではないため、今後も着実に取組を進めていく必要がある。</p> <p>複数ある本市情報サイト間での内容の重複が一部見られるので、より効率的な情報発信ができるよう、地方創生全体の中での検討を行う。</p> <p>市役所の情報発信力強化について、記者レク・記者会見の案件数は増加したが、今後は本市が力を入れている施策などについて、より効果的・戦略的に情報発信ができるよう取り組んでいく。</p> <p>上記取組方針を踏まえ、施策の2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>		
総合評価		
重点化	転換調整	現行継続

平成27年度 施策評価表 (平成28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。
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		市民参加型のシティプロモーションの推進	
局重点課題項目の有無		市制100周年記念事業の推進	
担当当局	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	**	**	**	38.0%
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	**	**	**	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	**	**	**	100%
あまらぶfacebookページへの「いいね」件数		H24 359 件	2000	995	1,639	**	**	**	78.0%
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	**	**	**	90.9%

4 担当局評価(一次評価)

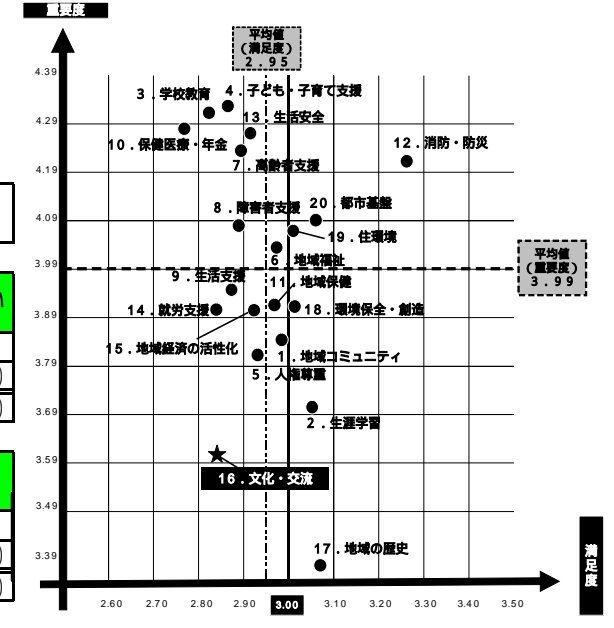
これまでの取組の成果と課題(目標に向けての進捗と指標への貢献度)							
<p>行政が取り組んでいくこと 尼崎への愛着と誇りの醸成</p> <p>【まちの魅力再発見と交流人口の増加】 本市が持つ歴史や伝統、文化や産業など、まちの魅力を増進し、戦略的・効果的に発信することにより、交流人口、活動人口、子育てファミリー世帯を中心とした人口(定住人口)の増を目指している。その出発点として、まずは尼崎を好きな人「あまらぶ」な人を増やしていくこととしており、本市の魅力を語り、本市を好きになっていただく取組を行っている。 まち情報発信事業として「あまがさき・街のみどころご案内事業」と「あまがさき・観光振興推進事業「あまかん」」を実施した。 あまがさき・街のみどころご案内事業としては、市民や学校、企業、行政で構成する委員会を設置し、本市を訪ね、楽しみ、学べる施設や場所について情報収集、整理、発信に取り組むとともに、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した。参加者数の増加や対象年齢層の拡大にいかに関与が課題であった。 あまがさき・観光振興推進事業「あまかん」としては、忍たまスイーツスタンプラリー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、本市の魅力を増進を図った。「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できた。 これまでの様々な工夫や取組により、観光客入込客数や宿泊者数、facebookへの「いいね」の件数は着実に増加している。(目標指標)</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促進につなげていくためには、本市の魅力をいかに効果的に発信するかが課題である。そのことから今後より効果的な事業展開ができるよう、平成27年度からこれまでの「あまがさき・街のみどころご案内事業」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、各地からのアクセスがよいJR尼崎駅構内に、単なる観光案内所ではなく、地域活性化や人と人が交流ができるなどの機能もプラスし、本市の魅力を発信できる拠点として、あまがさき・魅力案内所「あまらぶi+Plus」を開設し、戦略的、効果的な魅力発信に取り組む。</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>進捗</p>	<p>順調</p>	<p>概ね順調</p>	<p>やや遅れ</p>	<p>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。まち情報発信事業によりまちの魅力を増進と、その戦略的・効果的な発信に取り組む、さまざまなイベントを実施し、市内のホテルと連携するなどの結果、観光客入込客数や宿泊者数、facebookへの「いいね」の増が見られた。(目標指標) 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が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、のべ2,500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、今後はあまらぶインフォメーション事業を中心に活動人口・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】 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26年度はアウクスブルク市への青年団派遣と鞍山市小学生代表団の受け入れ、鞍山市との小学生書画交流展を実施した。とりわけ姉妹都市提携55周年を迎えたアウクスブルク市については、庄下川公園にアウクスブルク広場という愛称を設定し、ヤンマー株式会社に説明看板を寄贈いただいた。また、つかしん内のアウクスブルク紹介コーナー充実の働きかけを行った。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、これまでより明確に、事業補助金として支出要綱の見直しを行った。今後も引き続き事業に対し一定の補助をすることで、国際交流の活性化を図る。</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>進捗</p>	<p>順調</p>	<p>概ね順調</p>	<p>やや遅れ</p>	<p>遅れている</p>	

3 市民意識調査(市民評価)

総合計画に掲げる20施策について、その進捗度や関連する項目の市民意識を把握するため、施策の「重要度」、取組の「満足度」についての現状をお伺いするアンケートを実施しました。

項目内容	重要度					満足度				
	重要	まあ重要	ふつう	あまり重要でない	重要でない	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
地域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	18.0%	32.2%	43.6%	4.2%	1.9%	2.3%	10.4%	61.3%	20.9%	5.1%
26年度	第19位 / 20施策 5点満点中 3.60点(平均3.99点)					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 4.03点(平均4.39点)					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	
<p>【まちの魅力再発見と交流人口の増加】 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。</p>	
<p>新規・拡充の提案につながる項目</p>	
<p>改革・改善の提案につながる項目</p> <p>より効果的・戦略的なシティプロモーションを推進する財源を確保するため、新たに設置する案内所を活用し、広告収入を得られるよう検討する。</p>	

評価と取組方針		
<p>「あまがさき・街のみどころご案内事業」と「あまかん」を再構築し、JR尼崎駅構内に「あまらぶi+Plus」を平成27年度から開設することで、積極的な魅力発信に努めているところである。</p> <p>・市内外の人の交流を促進し、定住転入につなげるため、市民の手によるまちの魅力発信の手法について検討する。</p> <p>上記取組方針を踏まえ、施策の2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>総合評価</p>		
重点化	転換調整	現行継続