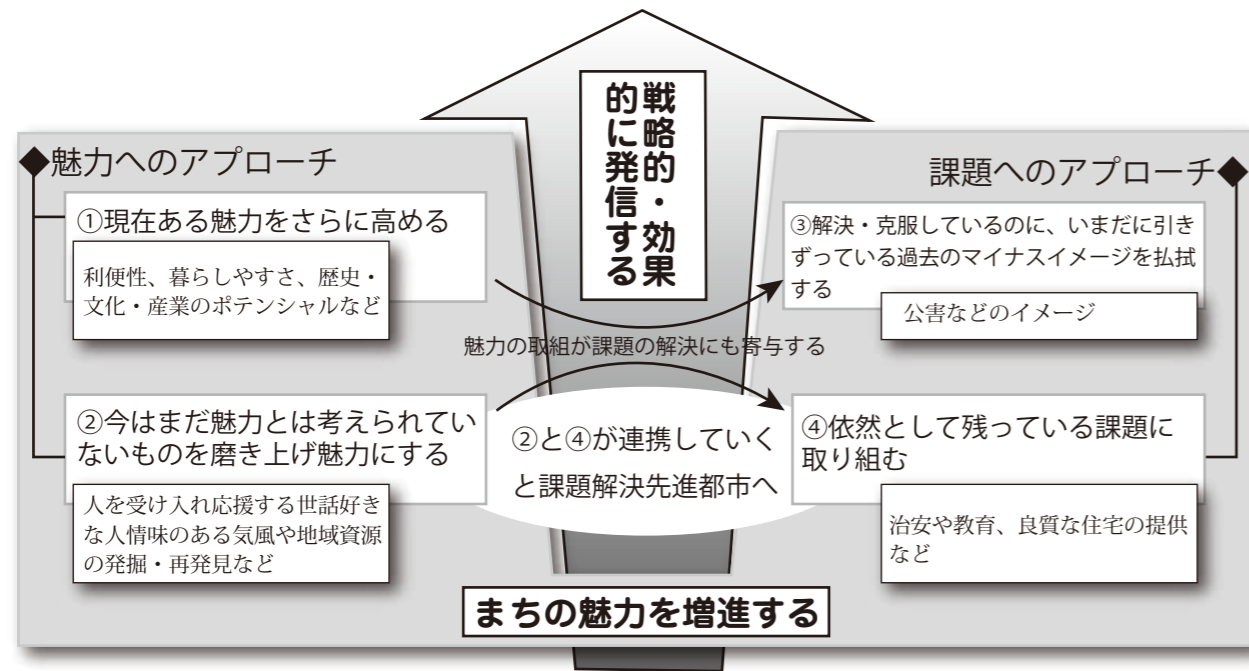


▷魅力へのアプローチと課題へのアプローチのイメージ



▷「尼崎への愛着と誇りを高める」ことをベースに「交流人口」「活動人口」「定住人口」の増を目指します

第4章 指針の推進について

- 尼崎版シティプロモーションの取組は全庁挙げての取組であることはもちろん、尼崎に関わるすべての人に役割が求められる
- 「あまらぶ」な人を増やすとともに、交流人口、活動人口、定住人口それぞれに客観的に表される数字を指標の一つとして参考にする
- 総合計画や行財政改革計画と連動して取り組んでいく
- 「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、尼崎版シティプロモーションの取組を進めていく

▷全庁挙げて、職員一人ひとりが当事者であるという意識でそれぞれの部局が、魅力を高める取組を行うとともに、課題の解決に向けて取り組むことで魅力の増進につなげます。また、職員一人ひとりが当事者であるという意識の醸成や全庁的な推進体制の強化に向け、アイデアを提案する仕組みづくりやサポート組織の結成などを進めていく必要があります。

▷市民が市外の人へ、大人が子どもへ、尼崎の良さを本気で伝えていくことが必要

尼崎版シティプロモーション推進指針

(あまらぶ大作戦)

あまがさきを好きな人があふれるまちを目指して

概要版

第1章 尼崎版シティプロモーションの基本的な考え方

- 尼崎版シティプロモーションでは「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」と定義する
- 尼崎版シティプロモーションの目的は、まちの活力の維持・向上を図っていくため、尼崎への愛着と誇りを高めるとともに、尼崎に来ていただきたい「交流人口」、尼崎で活動していただきたい「活動人口」、尼崎に住んでいただきたい・住み続けていただきたい「子育てファミリー世帯を中心とした人口（定住人口）」を増やしていくこと
- 尼崎版シティプロモーションの基本となるのは「尼崎を好きな人を増やす」こと。「尼崎を好きなこと」を「あまらぶ」と名付け、「あまらぶ」な人や「あまらぶ」な人を増やすための物・事・情報があふれるまちを目指す

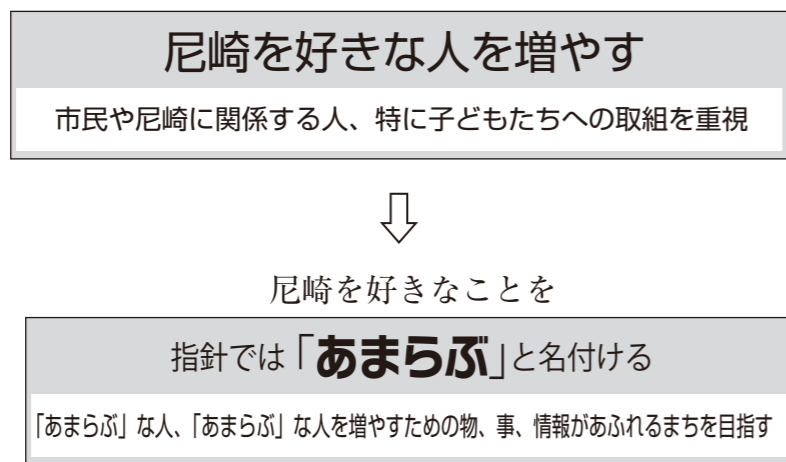
▷尼崎版シティプロモーションの特徴

宣伝やPRをし、まちを売り込んでいくことをシティプロモーション(シティセールス)と呼び、課題を解決していく行政活動と分けて捉えている自治体もあります。しかし、尼崎版シティプロモーションは、「プロモーション (promotion)」という言葉に「増進」の意味があるように、まちの課題を解決していくことも含めて、まちの魅力を増進し、それを市内外に戦略的・効果的に発信していくことの両方を行っていきます。

▷尼崎版シティプロモーションの基本となる考え方

●●●そのまちを好きな人に出会うと、そのまちが好きになる。

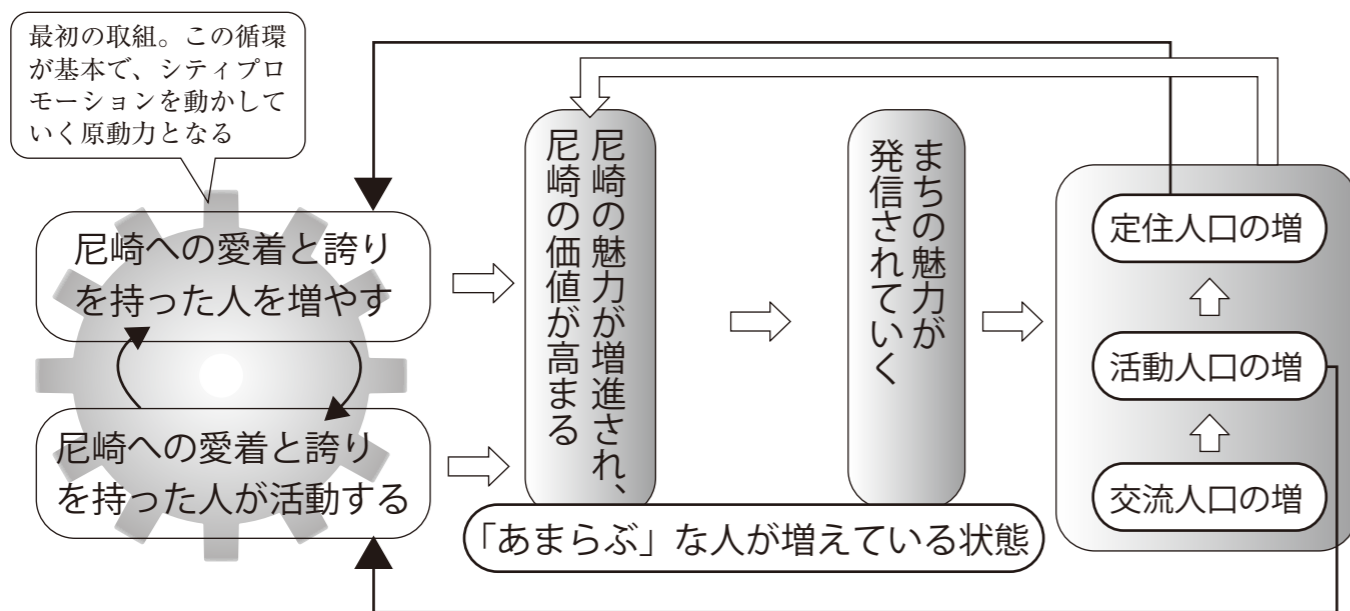
だから、



つまり、

●●●「あまらぶ」な人に出会うと「あまらぶ」になる。

▷尼崎版シティプロモーションの目指す流れ



第2章 尼崎の魅力と課題

- まちには魅力と課題があり、その総合点がまちのイメージを作っていく
- 総合計画における「人口の年齢構成バランス」「交流人口」「まちづくりに取り組む活動人口」など人口からみたまちづくりの考え方を実現していく上で、魅力は「利便性の高さ」「暮らしやすさ」「歴史・文化・産業」など、課題は「治安や教育」「魅力が伝わっていない」などが挙げられる
- 魅力を高めていくことと、課題を解消していくことは、どちらもまちの魅力を増進していくことになる

▷人口からみたまちづくりの考え方を実現していく上での魅力

- ・ 利便性の高さ
- ・ 暮らしやすさ
- ・ 歴史
- ・ 文化・芸術
- ・ 産業
- ・ 充実した子育て支援
- ・ 多彩な個性を伸ばす高校教育
- ・ 地域ごとにいろんな表情があり、多様性がある

▷人口からみたまちづくりの考え方を実現していく上での課題

- ・ 実態と違うイメージを持たれている
- ・ まちの魅力が十分に伝わっていない
- ・ 地域の個性（エリアごとの特徴）が魅力に結びついていない
- ・ 子育てファミリー世帯の転出超過の原因と考えられる治安や教育の問題



魅力があまり伝わらず、課題がより強く伝わっている。実力とイメージのギャップを埋めることも、尼崎版シティプロモーションにとって大切

第3章 尼崎版シティプロモーションの取組の方向性

- 尼崎版シティプロモーションの取組は、魅力へのアプローチと課題へのアプローチに分かれる
- 魅力へのアプローチは「現在ある魅力をさらに高める」とことと「今はまだ魅力とは考えられていないものを磨き上げ魅力にする」とことである
- 課題へのアプローチは「解決・克服しているのに、いまだに引きずっている過去のマイナスイメージを払拭する」とことと「依然として残っている課題に取り組む」とことである
- 尼崎への愛着と誇りを高めることをベースに「交流人口の増」「活動人口の増」「定住人口の増」を目指す