

令和3年度 施策評価表(令和2年度決算評価)

施策名: 魅力創造・発信
 施策番号: 14 - 01

1 基本情報

施策名	14 魅力創造・発信	展開方向	01	まちの魅力高め、シビックプライドの醸成を図るため、学ぶ機会を増やすとともに、戦略的に発信します。
主担当局	総合政策局			

2 目標指標

指標名	方向	目標値(R4)	単位	実績値						進捗率(R2)
				H28	H29	H30	R1	R2	R3~R4	
A 尼崎市のイメージがよくなったと回答した市民の割合	↑	66.0	%	42.6	34.8	52.6	58.9	56.6		85.8%
B 尼ノ國サイトのページビュー数(月平均)	↑	14,500	回	-	11,336	11,904	12,881	10,960		75.6%
C 日刊5紙への尼崎市に関する記事掲載件数	↑	2,050	件	-	1,702	1,800	1,608	1,273		62.1%

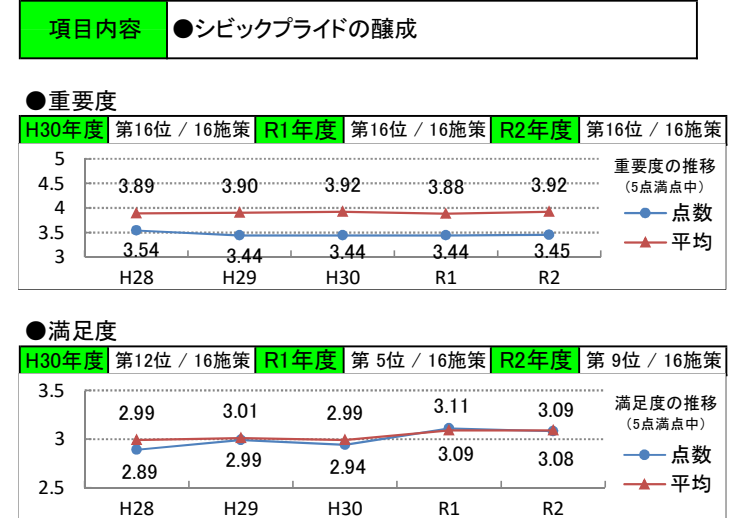
5 担当局評価

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)(令和2年度実施内容を記載)			
行政が取り組んでいくこと	■シビックプライドの醸成	総合戦略	⑤
<p>【情報発信力の強化】 (目的)まちの魅力および全庁的な情報発信力を強化し、市民や尼崎に関わる人のまちへの愛着と誇りをさらに高める。 (成果)①情報発信支援業務委託のなかで、PRやコミュニケーション分野で高い専門知識や実践経験を持つ事業者から次のとおり全庁横断的な情報発信に係るアドバイス等の支援を受け、本市の知名度向上及びイメージアップにつなげている。(目標指標A・C) ・週2回広報アドバイザーが庁内に常駐し、各所属の情報発信に係るアドバイスを受け、チラシデザインや記者発表資料、窓口表示の改善等につなげた(延べ相談件数105件)。 ・コロナ禍において需要が高まった動画配信について、撮影・編集の研修を実施したほか、市公式YouTubeを開設し、時宜に応じた効果的な情報発信につなげた。 ・各所属で開設しているSNSの発信状況を調査し、発信頻度の少ない場合は市代表SNSを活用することを提案し、実際にアカウントを閉鎖した事例もあった。また、SNS勉強会を実施して各媒体の特性を知ること、それぞれの所属が発信したい情報、届けたいターゲットに適した効果的な発信につなげた。 ・写真をメインに「尼崎らしさ」をビジュアルでまとめた冊子を作成し、市内外へPRすることで、シビックプライドの醸成や本市のイメージの底上げを図った。</p> <p>なお、「尼崎市のイメージがよくなったと回答した市民の割合」は、昨年度と比較し2.3ポイント減少しているが、「変わらないの割合」が3.2ポイント増加、「悪くなったの割合」は0.8ポイント減少していることから、実質的なイメージはほぼ横ばいであると分析している。(目標指標A) ②小・中学生を対象としたイベント等をまとめた情報誌「まるっとアマガサキ」について、紙媒体で発行していたものをWebへ移行して発信する予定であったが、新型コロナウイルス感染症の影響による夏・冬休みの短縮やイベントの中止などを受け、特設ページの作成はせず、市ホームページのイベントカレンダーを活用した。 ③災害用Twitterを市公式Twitterに移行(令和2年7月1日)し、平常時には市の魅力や身近な話題を投稿、災害時、緊急時にはタイムリーな情報がより多くの人に届くよう努め、フォロワー数の増加につながった(4,606人から5,478人)。 (課題)①委託を継続するなかで、何度も相談業務を活用する所属もあり、相談業務の認知は高まっていると思われるが、主要事業など市の取組を紹介する政策広報など十分ではない部分もあることから、その必要性を広く認識させるとともに、全庁横断的な情報発信についてより一層取り組んでいく必要がある。</p> <p>【庁内外連携型・市民協働型のシティプロモーション】 (目的)市民自らがまちに関わり、魅力を発信する仕組みを充実させ、さらなるまちへの愛着と誇りにつながるシビックプライドの醸成を図る。 (成果)④「尼ノ國」サイトにおいて、「尼ノ民」によるコロナ禍における感染対策動画の配信や、各記事に関連する場所の地図を追加掲載するなどし、見た人がより身近に感じ、次の行動に移しやすい共感できる見せ方を工夫した。また、各記事に関連する情報につながる内部リンクを設定し、サイト内の回遊率を高める取組など継続してSEO対策を実施した。(目標指標B) ⑤「尼崎市住まいと暮らしのための計画(R3.4~)」で掲げる尼崎だからできる自分らしい暮らし方の考えに沿って、自分の趣味や家族との暮らし方を、実際に住む地域や住居の建築に反映するなど、既に自分らしい暮らし方をしている方を先行して取材し、配信した。 ⑥「尼ノ國」Instagramを活用してハッシュタグキャンペーンを実施したことなどにより、フォロワー数は昨年度末から260人増加し1,188人となった。また「#尼ノ國」での投稿数は2,021件増加し9,250件となった。 ⑦まちづくりの総合指標の1つである「市民参画指数」の考え方を提唱した河井孝仁教授による講義と地域担当職員による座談会を実施し、担当する業務において「市民参画指数」を構成する3つの意欲を高めるために何ができるのかを考える機会とした。 (課題)④SEO対策に取り組んでいるが、回遊率が上がっていないため引き続き対策をしていく必要がある。また、サイトに掲載されている人や活動に動きがあればSNSで紹介しサイトに誘導していたが、新型コロナウイルス感染症の影響によりその機会が減少し、アクセス数が伸び悩んだと想定される。</p>			

3 主要事業一覧

令和3年度 主要事業名	
1	都市イメージ向上推進事業(尼崎だから実現できる自分らしい暮らしの発信)
2	
3	
4	
5	
令和2年度 主要事業名	
1	市報あまがさき等発行事業の見直し(まるっとアマガサキ発行事業)
2	
3	
4	
5	
令和元年度(平成31年度) 主要事業名	
1	情報発信推進事業(情報発信支援業務委託)
2	
3	
4	
5	

4 市民意識調査(市民評価)



6 評価結果

令和3年度の取組	
【情報発信力の強化】	①情報発信支援業務委託を継続するなかで、職員の意識やスキルの向上に加え、本市の魅力を伝えるプロモーションを実施することで、本市の知名度やイメージ向上を図るとともに、委託最終年度であることから、本市の情報発信にかかる課題や改善点について総括する。
【庁内外連携型・市民協働型のシティプロモーション】	④⑤「尼ノ國」サイトにおいて、本市の多様な住宅地の特性を活かしたプランディングなどを掲げる「尼崎市住まいと暮らしのための計画」の取組に沿って、尼崎だから実現できる自分らしい暮らし方を効果的に発信していく。また、同サイトで過去に公開した記事をSNSを活用しながら再度紹介し、更なる拡散とサイトへの誘導を図り、サイトの認知度を上げるとともにまちの魅力や暮らしやすさをより多くの人に広めていく。
主要事業の提案につながる項目	
【情報発信力の強化】	【庁内外連携型・市民協働型のシティプロモーション】
①④⑤がさらなるイメージ向上に向けて、市の取組やまちの魅力の情報発信手法等について検討する。	

評価と取組方針	
・本市のイメージについて、これまで大幅に上昇してきた「良くなったと感じる市民の割合」は横ばいとなったものの、「悪くなったと感じる市民の割合」は、3年連続で減少を続けている。	・イメージ向上に向けては、「尼崎市住まいと暮らしのための計画」で掲げる取組に沿って、尼崎だから実現できる自分らしい暮らし方を発信するなど、引き続き、まちの魅力の効果的な発信に取り組んでいく。
・また、情報発信の重要性については、民間活力の活用もあり、シティプロモーションの観点も含めて職員に浸透してきた。	
・コロナ禍において、改めてその重要性が認識される中、市民が知りたいこと、市が伝えたいことを効果的に発信するための職員のスキル向上については、引き続き取り組んでいく必要がある。	

令和3年度 施策評価表(令和2年度決算評価)

施策名: 魅力創造・発信
 施策番号: 14 - 02

1 基本情報

施策名	14 魅力創造・発信	展開方向	02 尼崎城をはじめとしたまちの多様な資源を活用し、市内外の人の交流の促進をめざし、観光地域づくりに取り組みます。
主担当局	経済環境局		

2 目標指標

指標名	方向	目標値 (R4)		実績値					進捗率 (R2)	
				H28	H29	H30	R1	R2		R3~R4
A 市内の観光客入込客数	↑	280.0	万人	240.3	228.1	242.5	259.7	136.3		48.7%
B 市内の観光客入込客数のうち、ホテル等宿泊者数	↑	50.0	万人	41.2	44.0	44.8	43.7	27.0		54.0%
C 市内の観光客入込客数のうち、尼崎城有料入城者数	↑	R1 15.7万人 R2~ 10.5万人	万人	-	-	-	14.6	2.8		26.7%
D 観光指針における重点取組地域の中心地の地価	↑	397	千円/㎡	379	383	392	410	414		100%
E										

5 担当局評価

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)(令和2年度実施内容を記載)	総合戦略	
<p>行政が取り組んでいくこと ■観光地域づくりと市内外の交流促進</p> <p>【観光重点取組地域のまちづくり】 (目的)本市のイメージを一新する歴史・文化を取り込んだ観光施策を重点取組地域(尼崎城を含む城内地区及び寺町や中央・三和商店街周辺)で展開するとともに、地域資源を活かした観光振興を進め、交流人口の増加や経済活性化、シビックプライドの醸成につなげる。 (成果)①新型コロナウイルス感染症の影響による緊急事態宣言の発令や、国や県からの行動制限による影響で、市内の観光客入込客数及び宿泊者数は昨年度を大きく下回り、また、尼崎城についても3月1日から5月22日まで尼崎城を臨時休城したこと等により、有料入城者は2.8万人と目標値を大きく下回った。(目標指標A・B・C・D) ②(一社)あまがさき観光局で登用した民間人材の事業部長を中心に、市内の宿泊事業者との連携強化を図るためプラットフォームを立ち上げ、現場の意見やアイデアを吸い上げる仕組みづくりを行った。また、コロナ禍において市民をターゲットにした「あまがさき忍×人ツアー」の実施、あまがさき観光案内所の魅力向上としてコンテンツ開発(忍たま、市内事業者紹介のコーナー等)や、新たなお土産物の開発(あまらむね)等、新型コロナウイルス感染症収束を見据えた観光基盤の整備に取り組んだ。(目標指標A・B・C・D) ③新型コロナウイルス感染症の収束後に、尼崎城へ来城してもらえよう、指定管理者による尼崎城公式サイトや公式SNS(フォロワー数: Twitter795人、Instagram502人、Facebook294人)を活用した情報発信のほか、尼崎城やその周辺地域に関する歴史や文化を楽しく学べるコンテンツとして、YouTubeを活用し12本の動画を配信した。(12本計4,821回視聴)(目標指標A・B・C) ④歴史的背景を通じて関係性が深い大阪城と岸和田城との連携キャンペーンとして、歴史博物館のオープン時や大阪城の秋まつりのそれぞれで各城のブースを出展しPRを行った。 ⑤買収した尼崎城址公園の北東部について、イベントスペース及び園地として整備した。 ⑥尼崎城をはじめとする重点取組地域内の地域資源への円滑な案内及び誘導を目的とした「観光誘導サイン整備基本計画」に基づき、歴史博物館に総合案内サイン(1基)のほかエリアサイン(1基)、誘導サイン(3基)を追加で設置した。(目標指標A・B・C・D) ⑦城内地区への来訪者を受け入れるため、歴史博物館のオープンに合わせて城内地区自動車駐車場を整備し供用を開始したが、収入見込みは当初想定を大きく下回っている。(令和2年度2,376台)(目標指標A・B・C) ⑧開明庁舎の短期的な活用として整備した「なないろカフェ」に、新型コロナウイルス感染症防止対策として、また、地域の周遊拠点としての賑わいの場となるよう、ウッドデッキとテイクアウト窓口を整備した。(目標指標A・B・C) ⑨令和2年6月に『伊丹諸白』と『灘の生一本』下り酒が生んだ銘醸地、伊丹と灘五郷」が日本遺産に認定され、連携して取り組んだ阪神間の自治体で日本遺産推進協議会を設立し、PRツールの作成や連携事業等を行った。 ⑩阪神タイガースファーム施設の誘致を検討するため、小田南公園の近隣住民や公園利用者に説明会やアンケート調査等を実施した。(課題)①②新型コロナウイルス感染症の収束を見据え、将来の観光需要回復に向けた方向性や取組を検討するため、関係部局や地域の観光関係者と密に連携し、重点取組地域の周遊につながる一体的な取組を行う必要がある。 ①②③ウィズコロナ、ポストコロナを踏まえた新たな観光事業と地域資源の魅力積極的にPRする必要がある。 ⑤尼崎城の北東部のイベントスペースについて、北側道路との一体利用について検討する必要がある。 ⑦城内地区駐車場の稼働率向上を図るため、駐車場のPRをはじめ、駐車料金の見直し等を検討する必要がある。 ⑧開明庁舎の空き床や旧警察署などの重点取組地域内の歴史的建造物について、今後の活用方策等を検討する必要がある。 ⑩阪神タイガースファーム施設の誘致については、近隣住民や公園利用者の意見を踏まえて検討を進めていく必要がある。</p> <p>【データに基づく観光プロモーション】 (目的)観光面での尼崎に対する評価や魅力の有無を検証するとともに、今後の施策展開にあたっての方向性やターゲットを定める。 (成果)①重点取組地域内に設置したWi-Fiパケットセンサー解析システムを活用し、新型コロナウイルス感染症により行動が制限されていた人の行動状況を把握することで、流行前後の人の流れや変化を把握(可視化)することができた。(目標指標A・B・C) (課題)①②①可視化されたデータを観光関係者や地域で共有し、コロナ禍における人の周遊を促す施策を検討・実施する必要がある。</p> <p>【姉妹都市・友好都市との交流】 (目的)姉妹都市(アウクスブルク市)・友好都市(鞍山市)との友好交流を深め、本市における国際交流の発展に寄与することを目指す。 (成果)⑫姉妹・友好都市への使節団の派遣および受入交流については、コロナ禍のため実施できなかったが、鞍山市と本市の青少年による芸術交流展は本庁舎とキューズモールで実施した。本庁舎では3月2日~17日の16日間、秘書課前に作品展示し、キューズモールでは3月20日~31日の12日間、空き店舗の壁面に作品展示するとともに鞍山市の紹介も掲示した。また姉妹都市・アウクスブルク市とは両市長がZoomでオンライン交流を図ったり、アウクスブルク市内で活動しているオーケストラによるオンラインコンサートでは尼崎市にちなみ日本の曲が演奏され尼崎市長からオンラインコンサートへメッセージを送り交流を図った。友好都市・鞍山市からは5月に支援物資としてマスクが届けられた。 (課題)⑫コロナ禍の中で、姉妹都市・友好都市との交流については使節団の派遣受入以外の交流方法、発信方法を検討する必要がある。</p>	総合戦略	⑤

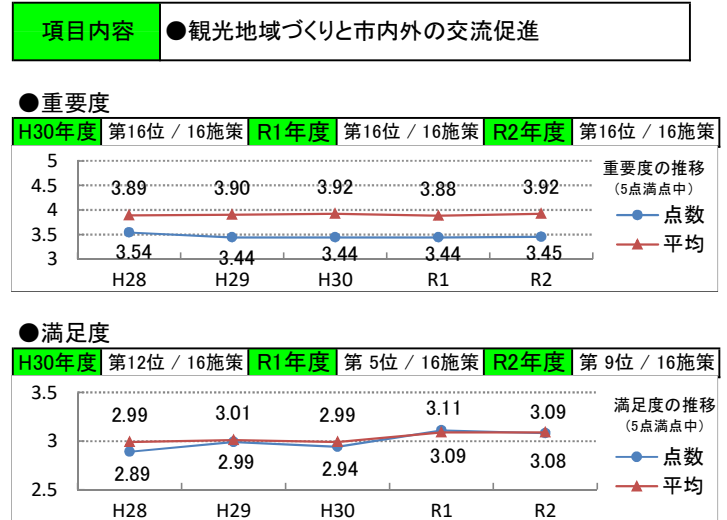
3 主要事業一覧

令和3年度 主要事業名	
1	観光地域づくり推進事業(ミーツ・アートinあまがさき開催事業)
2	
3	
4	
5	
令和2年度 主要事業名	
1	尼崎城址公園整備事業
2	城内まちづくり整備事業(駐車場整備・管理運営事業)
3	尼崎城魅力向上事業
4	観光地域づくり推進事業(にぎわいづくり事業)
5	
令和元年度(平成31年度) 主要事業名	
1	あまがさき観光局補助金(観光地域づくりの推進)
2	姉妹・友好都市交流関係事業(姉妹都市提携60周年記念事業)
3	
4	
5	

令和3年度の取組	
【観光重点取組地域のまちづくり】	①②関係部局や関係団体等が連携し地域一体となり、企業版ふるさと納税を活用した(仮称)ミーツ・アートinあまがさきや寄贈を受けた作品などを活用した尼子騷兵衛展等、来訪者獲得及び周遊促進の取組を展開する。 ①~⑤⑧ウィズコロナを前提に、開放的かつ清潔で少人数といった観光のニューノーマルを意識した取組を進め、観光客数の回復を図る。 ②(一社)あまがさき観光局の事業部長を中心に、観光マネジメント機能を発揮し、観光地域関係者との連携を一層強化するとともに、DMO法人の登録に向けて取り組む。 ⑤~⑧令和3年度に新設の都市整備局都市戦略推進担当をはじめ関係課と連携し、中央公園の活用等阪神尼崎駅周辺の賑わい創出を図っていく。また、歴史的建造物等の地域資源の活用についても検討する。 ③尼崎城魅力向上のため、基金を活用した展示の充実を図る。 ⑩検討を進めている阪神タイガースファーム施設を誘致することで、小田南公園だけではなく、周辺エリアも含めた再整備を行うことにより、南部地域の活性化に向けた取組を進める。
【データに基づく観光プロモーション】	⑪(一社)あまがさき観光局がDMO法人を目指す上で必要な観光消費額調査や、ホームページを活用したWebマーケティング等を行い、その結果を踏まえ、尼崎城への来城者獲得及び地域への周遊促進につながる効果的な事業を展開する。
【姉妹都市・友好都市との交流】	⑫アウクスブルク市への尼崎市青年使節団の派遣及び鞍山市からの青少年使節団の受入については、現在の新型コロナウイルス感染症の状況により令和3年度は見送る。令和3年度はオンラインを使った交流など派遣・受入以外の交流を検討する。

主要事業の提案につながる項目	
【観光重点取組地域のまちづくり】	②③都市整備局に新設された都市戦略推進担当と連携し、阪神尼崎駅周辺のエリアマネジメントを検討していく中で、観光戦略についてもエリアマネジメントを踏まえた上で策定する必要があることから、観光戦略のあり方も併せて検討する。

4 市民意識調査(市民評価)



6 評価結果

評価と取組方針	
<p>・新型コロナウイルス感染症の影響で観光客数が減少する中、観光重点取組地域の取組については、コロナ後の回復も見据え、尼崎城や歴史博物館、商店街などが連携し地域の周遊につながるよう、一体となって取り組むとともに、尼崎独自の土産物の開発や食べ歩きなども意識して取り組む。</p> <p>・また、イベントの開催にあたっては、尼崎の魅力や認知度が高まったことなども含め、取組とその結果を確認できる仕組みづくりを行う。</p> <p>・小田南公園への阪神タイガースファーム施設の誘致については、引き続き、丁寧に地域住民や公園利用者に説明を行いながら進めていく。</p>	

令和3年度 施策評価表(令和2年度決算評価)

施策名: 魅力創造・発信
 施策番号: 14 - 03

1 基本情報

施策名	14 魅力創造・発信	展開方向	03 まちの魅力と活力を高めるため、地域の文化資源の活用を促進するとともに、新たな文化芸術活動の担い手を育成します。
主担当局	総合政策局		

2 目標指標

指標名	方向	目標値 (R4)	実績値					進捗率 (R2)
			H28	H29	H30	R1	R2	
A 尼崎市総合文化センター及び本市が実施した文化芸術事業への参加者数	↑	349,000 人	302,975	304,420	287,010	292,057	66,577	19.1%
B 尼崎市総合文化センター稼働率	↑	55.0 %	46.0	45.0	42.5	38.4	24.0	43.6%
C 若者支援を対象にした文化芸術事業への参加者数	↑	4,950 人	3,515	3,583	4,369	4,896	4,123	83.3%
D 尼崎観光特使来庁回数(出席数累計)	↑	18,000 回	8,282	9,675	10,732	14,311	15,163	84.2%
E								

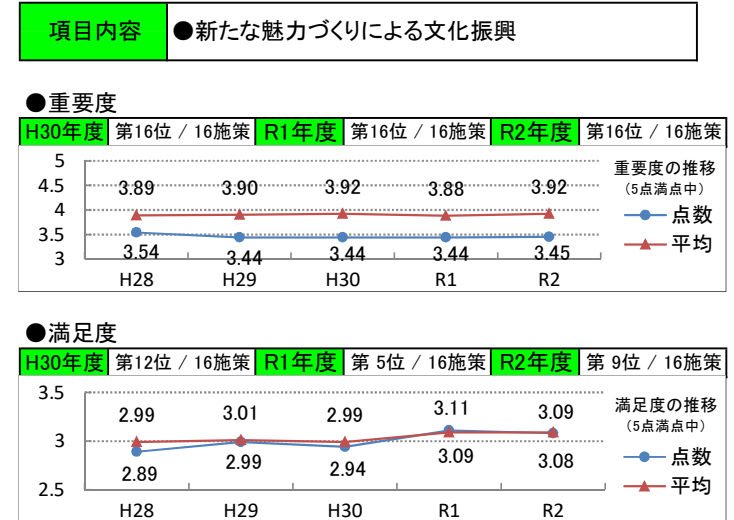
5 担当局評価

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)(令和2年度実施内容を記載)
<p>行政が取り組んでいくこと ■新たな魅力づくりによる文化振興</p> <p>【文化活動の場づくり】 (目的)(公財)尼崎市文化振興財団を文化振興の中核と位置付け、市民の文化活動を推進することで、本市文化の向上発展を図り、まちの魅力と活力を高める。 (成果)①文化ビジョンに基づく令和元年度事業評価会議をオンラインで実施し、専門家が視察した事業(公開レッスン&コンサート、尼崎城新能)については今後一層音楽活動に励むきっかけを提供したり伝統芸能に触れる機会を創出するものとして有効であったとの評価を得た。 ②(公財)尼崎市文化振興財団と連携し、文化事業の今後の展開や総合文化センターのあり方、また同施設の耐震化等の施設改修に向けた検討を行った。総合文化センターでは、新型コロナウイルス感染症の感染拡大防止対策を講じながら、市展や文芸祭などの文化振興事業や美術展を開催し、コロナ禍の中でも市民の文化芸術体験や活動を支えた。(目標指標A・B・C) ③新型コロナウイルス感染症の感染拡大により縮小となっている芸術文化活動の再開に向けて、総合文化センターアルカイクホール、アルカイクホール・オクト入口へのサーモセンサー設置経費を補助した。また県と協調し市内文化施設(総合文化センター、県立尼崎青少年創造劇場)に対し施設利用料の減免を支援する芸術文化公演再開緊急支援事業を実施した。その他コロナ禍の取組として、無観客動画配信のための機材購入経費に対する補助や「うちでアルカイク」としてオンラインを使った白髪一雄記念室の案内やカルチャースクールのオンライン作品展、オンラインレッスン等を行った。(目標指標A・B) ④第7回近松賞受賞作品を平田オリザ氏主宰の劇団青年団に依頼しアルカイクホール・オクトで上演し586人が来場した。白髪一雄発信プロジェクトとして高松市美術館と共催で展覧会を開催し来館者は2,786人であった。またニューヨークのギャラリーと連携し白髪作品のオンライン展示を行った。(目標指標A) ⑤市民芸術賞1名、文化功労賞2名、若手芸術家を応援する第3回文化未来奨励賞1名を顕彰した。第2回文化未来奨励賞受賞者のワークショップ等発表会を行い119名の参加があった。参加できなかった人も楽しめるようオンライン配信を実施した。(目標指標C) (課題)①令和4年度に文化ビジョンの計画期間が終了するに伴い次期計画の策定に向けた準備を進める必要がある。 ②財団と連携しながら、文化事業の今後の展開や総合文化センターのあり方について整理を進めるとともに、耐震化等の着手に向け、施設整備の内容や手法、財源確保、指定管理者制度の導入に向けた検討・調整を行う必要がある。 ③今後も感染防止対策を講じながら、市民の文化活動の推進を図る必要がある。 ④白髪一雄発信プロジェクトとして白髪作品を展示できる美術館を探す必要がある。</p> <p>【若者の夢の応援】 (目的)若年層をはじめとした市民に芸術や地域文化を発信し、その魅力に触れてもらう機会の充実を図ることで次代の文化の担い手を育成する。 (成果)⑥「ティーンズサポートチケットPR事業」では、新型コロナウイルス感染症の影響により前半期は実施できなかった。後半期は実施したが応募者数が25人に留まった。(目標指標C) ⑦昨年度に引き続き、市・山岡記念財団・教育委員会の3者主催、(公財)尼崎市文化振興財団の協力で指揮者の大植英次氏が指導を行う公開レッスン&コンサートを実施した。コロナ禍で三密を避けるため一般公開せず関係者のみに制限し来場者数は345人となった。来場できなかった人も鑑賞できるようコンサートの様子をYouTubeで配信した。(目標指標C) ⑧あまらぶアートラボ運営事業では、展覧会を5回、作家とのトークイベントを同時ライブ配信、オンライン配信を3回実施したほか、コロナ禍で外出を控える中、A-Lab@Homeとして動画配信によるワークショップを10回、マンションのベランダから音楽鑑賞ができるA-Lab@Homeコンサートを2回実施した。姉妹都市・アウクスブルク市へ若手アーティスト派遣は新型コロナウイルス感染症の影響により海外からの出場は中止となった。(目標指標C) ⑨「尼崎落研選手権」は新型コロナウイルス感染症の影響により5大学しか出場校が無かったが各学校の大学生が落語の腕を競い合い、若者のチャレンジを応援できた。入替無しの事前申込制で入場制限を行ったため入場者数は59人と少なかったが地元ケーブルテレビで番組化したほかYouTubeで配信も行い鑑賞できなかった人も楽しめるようにした。(目標指標C) ⑩尼子騷兵衛氏に焦点を当てた尼子騷兵衛展の開催は新型コロナウイルス感染症拡大防止のため次年度に延期したが、A-Labで乱太郎のグッズ展開、あまがさき観光案内所で尼子騷兵衛氏の原画の常設展示、NHK事業と協力し尼崎城周辺をクイズ形式で巡る忍たま乱太郎ミュージカルのライブ配信を行うなど、次年度の開催に向けた展開を図った。また、忍たま乱太郎ゆかりの地を巡るファンへのおもてなしとして行っている「影の尼崎観光特使・光の尼崎観光特使」の来庁者数は852回にとどまった。(目標指標D) (課題)⑥⑦⑨新型コロナウイルス感染症防止策を講じ、オンラインを活用しながら多くの人が楽しめるような展開を図る必要がある。 ⑧あまらぶアートラボでは新型コロナウイルス感染症防止策を講じながら多くのの人にアートに触れてもらえるような展開を実施する必要がある。またアートラボを活用して全国に本市の魅力を発信できるような展開を検討する必要がある。 ⑩新型コロナウイルス感染症の状況を注視しながら市内外の多くの人に楽しんでもらうと共に本市の魅力を発信できるよう効果的な展覧会にする必要がある。またコロナ禍で遠くまで出掛けられない中、市民等が日常生活で身近にアート作品を楽しめる機会を検討する必要がある。</p>

3 主要事業一覧

令和3年度 主要事業名	
1	尼子騷兵衛作品等資料収集・調査・活用事業
2	若者の夢創造・発信事業(白髪一雄現代美術賞の創設)
3	まちの魅力発信事業(アート@シビック・ロビー事業)
4	
5	
令和2年度 主要事業名	
1	尼子騷兵衛作品等資料収集・調査・活用事業
2	
3	
4	
5	
令和元年度(平成31年度) 主要事業名	
1	郷土画家「白髪一雄」発信プロジェクト事業
2	
3	
4	
5	

4 市民意識調査(市民評価)



6 評価結果

令和3年度の取組
<p>【文化活動の場づくり】</p> <p>①文化ビジョンの次期計画策定に向けた準備を進める。 ②財団と連携し、文化事業の今後の展開について、市及び財団で実施している文化事業の再整理を進めるとともに、総合文化センター耐震化等の着手に向け、整備内容や手法、指定管理者制度導入について検討・調整を進める。 ③財団と連携し、新型コロナウイルス感染症拡大によって縮小傾向にある市民の文化活動を推進するための取組を検討する。 ④白髪一雄発信プロジェクトに協力してくれる美術館を探し展示会の開催を調整する。</p> <p>【若者の夢の応援】</p> <p>⑥～⑨新型コロナウイルス感染防止策を講じ、多くの人が楽しめるようYouTubeなどオンラインを活用しながら実施していく。 ⑧夏に開催される尼子騷兵衛展と連携を図り、アートラボでの展示会を効果的に発信していく。また新規事業「白髪一雄現代美術賞」を創設し、本市ゆかりの現代美術画家・白髪一雄氏に因み、若手アーティストによる斬新でチャレンジ精神に富んだ魅力的な現代美術作品を募集・表彰し、受賞作品を次年度にアートラボで展示する。 ⑩新型コロナウイルス感染状況を注視しながら、アートラボ、尼崎城、地元企業など地域資源や地域関係団体と連携を図り、市内外に本市の魅力を発信する展示会を開催する。また、新規事業「アート@シビックロビー事業」では、本市が収蔵しているアート作品を活用し本庁舎他公共施設で巡回展示を行い、市民等へ身近にアート作品に触れる機会を提供する。</p>
主要事業の提案につながる項目
<p>【文化活動の場づくり】</p> <p>②FMあまがさきについては、総合文化センター耐震化等工事に伴い、現在の場所から移転する必要があることから、行政情報や災害情報を発信するツールとして、どのようなあり方が相応しいのか、様々な観点から幅広く検討を行う。</p>

評価と取組方針
<p>・総合文化センターの耐震化等の施設改修に向けては、その整備内容とあわせ、文化事業の実施手法の検討を進めるとともに、その実施に際しての市及び文化振興財団それぞれの役割についても整理を行う。</p> <p>・また、FMあまがさきについては、市の情報伝達手段としての役割を改めて整理し、今後のあり方を幅広い視点から検討していく。</p>

令和3年度 施策評価表(令和2年度決算評価)

施策名: 魅力創造・発信
 施策番号: 14 - 04

1 基本情報

施策名	14 魅力創造・発信	展開方向	04 まちの歴史をともに学びあえるよう、文化財や歴史資料等の保存や学習機会の充実に取り組みます。
主担当局	教育委員会		

2 目標指標

指標名	方向	目標値 (R4)	実績値							進捗率 (R2)
			H28	H29	H30	R1	R2	R3~R4		
A 歴史や文化財等に関するボランティア活動参加延べ人数	↑	4,792 人	3,699	3,187	2,566	1,791	616		12.9%	
B 歴史博物館への来館者数	↑	50,000 人	-	-	-	-	24,579		49.2%	
C 歴史博物館・田能資料館主催事業の参加者数	↑	2,912 人	2,185	2,346	2,231	1,883	1,045		35.9%	
D あまがさきアーカイブズ(地域研究史料室)相談利用(レファレンス)人数	↑	2,345 人	2,495	2,345	2,330	1,907	1,623		69.2%	
E 学校教育と連携した事業の実施回数	↑	85 回	76	60	55	53	50		58.8%	

※歴史博物館の開館(令和2年10月)以前の数値については、前身である文化財収蔵庫等での実績値

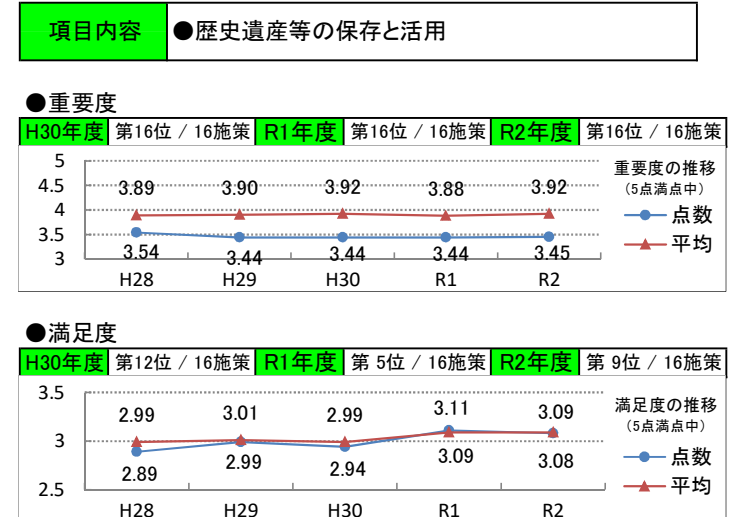
5 担当局評価

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)(令和2年度実施内容を記載)		総合戦略	⑤
<p>行政が取り組んでいくこと ■歴史遺産等の保存と活用</p> <p>【尼崎の歴史に関する魅力と情報の発信】 (目的)尼崎の歴史資料や文化財を積極的に展示・公開することで、市民や他都市からの来訪者の尼崎の歴史・文化財に対する関心を高め、シビックプライドの醸成や観光地域づくりに貢献する。 (成果)①歴史博物館では、豊かな尼崎の歴史をわかりやすく伝える常設展示や開館記念展及び企画展の開催などに取り組み、令和2年10月の開館以来、24,579人の来館者を迎えた。開館50周年を迎えた田能資料館では、特別展・企画展を開催したほか、歴史博物館の公式サイト開設やSNSを活用した積極的な情報発信に取り組んだ。(目標指標B・D) (課題)①尼崎の歴史を学ぶ機会の提供や情報発信機能を高め、市内外からの来館促進やリピーター獲得に努めるため、潤沢な収蔵資料を活かすつ、常設展示をはじめとした展示事業のさらなる充実と魅力向上を図るとともに、近隣施設等との連携、PRが必要である。</p> <p>【歴史遺産の保存と活用】 (目的)文化財や歴史資料等の収集・調査・整理を進め、地域資産として有効活用できるように保存・公開することにより、地域の歴史を学ぶ環境づくりを進める。また、歴史遺産を保存し活かす活動に取り組む市民グループ等との連携・協力を進め、地域の歴史遺産の保存・活用を図る。 (成果)②令和2年度は新たに2点の文化財を市指定文化財に指定したほか、国庫補助金を活用した重要文化財の消火設備の改修など文化財保護に取り組んだ。講座・体験学習会といった事業については社会情勢を鑑み、縮小や休止を余儀なくされた。(目標指標A) (課題)②市民の貴重な財産である文化財を保護し後世に伝え、活用していく取組を着実に推進する必要がある。こうしたなか、地域とともに保存を実現した富松城跡について今後の活用の検討が望まれるほか、ユニチカ記念館については、保存活用に向け所有者を含めた関係機関等との連携や協力が求められている。</p> <p>【市民と共に歩む博物館の推進】 (目的)歴史博物館・田能資料館の活動に参画するボランティアを積極的に養成し、市民グループとの協働も図りながら、市民と共に歩む博物館を創出していく。 (成果)③令和2年度のボランティア活動については、開館準備に伴う休館期間と新型コロナウイルス感染症拡大の影響により制限されたが、感染症対策に意を用いながら活動を再開した。 (課題)③歴史博物館の事業運営は、市民ボランティア活動に支えられており、引き続き、新たなボランティアの養成や活動のさらなる活性化を図る必要がある。</p> <p>【地域の歴史に親しむ機会の充実】 (目的)市民や子どもたちが尼崎の歴史・文化財に触れる学習機会や場の充実を図り、身近な地域の歴史・文化財に対する関心を高める。 (成果)④市民参加事業の休止や規模縮小が余儀なくされるなか、歴史博物館の開館にあわせた記念講演会や市民向けの歴史講座、体験型ワークショップなど尼崎の歴史に触れる事業を実施した。また、学校教育と連携した企画展を開催した。(目標指標C・E) (課題)④市民や子どもたちが歴史に触れ、学ぶ機会の提供については、展示機能の充実に加え、参加型・体験型のワークショップ等により、市民等が自ら歴史に対する学びを深める工夫を凝らすなど、歴史博物館への来館促進に努めていく必要がある。</p>			
<p>※歴史博物館は令和2年10月に開館したが、開館以前の指標に掲げる数値については、前身である文化財収蔵庫等での実績値である。また、改修工事期間については事業実施が大幅に制限されたことに伴い、目標指標Bを除いたその他の指標については、平成30年度から令和2年度にかけての実績値は例年よりも低い数値となっている。 ※目標指標Bの目標値(50,000人)については、歴史博物館の開館を機に設定したものの。</p>			

3 主要事業一覧

令和3年度 主要事業名	
1	歴史博物館展示事業(歴史博物館特別展事業)
2	
3	
4	
5	
令和2年度 主要事業名	
1	城内まちづくり整備事業(歴史博物館開館事業)
2	
3	
4	
5	
令和元年度(平成31年度) 主要事業名	
1	城内まちづくり整備事業(新博物館開館準備事業)
2	
3	
4	
5	

4 市民意識調査(市民評価)



6 評価結果

令和3年度の取組	評価と取組方針
<p>【尼崎の歴史に関する魅力と情報の発信】 ①歴史博物館では特別展1回と企画展3回を開催する。秋に開催する特別展「花開く江戸絵画」では、貴重な本市収蔵絵画や他施設から借用した資料を展示し、本市の魅力を発信する。リピーターの獲得に向けては、常設展示室の継続的な展示替えや、時宜になかった特別陳列など、様々な工夫や仕掛け、情報発信を行う。田能資料館では2回の企画展を開催する。</p> <p>【歴史遺産の保存と活用】 ②ユニチカ記念館の保存と活用について、関係機関の動向を注視しながら、市として協力可能な取組について検討していく。</p> <p>【市民と共に歩む博物館の推進】 ③新型コロナウイルス感染症対策を講じながら活動を再開させるとともに、活動の様子や成果を積極的に情報発信する。また、参加者の意見も聞きながら、新たなボランティア活動のあり方についての検討を行う。</p> <p>【地域の歴史に親しむ機会の充実】 ④企画展に関連したテーマの市民講座の実施や学校教育と連携した事業を積極的に推進するとともに、尼崎の近現代史を学ぶ学習プログラムの構築及び実施に取り組むなど、尼崎らしい博物館として市民の学びを支える事業の充実を図る。また、引き続き尼崎城をはじめとした周辺施設等との連携事業を展開する。</p>	<p>・歴史博物館については令和2年10月の開館以降、新型コロナウイルス感染拡大防止にも取り組む中で、半年間で2万人を超える多くの来館者を迎えることができた。</p> <p>・今後は、魅力ある展示会の案内や歴史・文化に関するトピックスを定期的に案内・配信するなど、情報発信に工夫を凝らし新規来館者はもとより、リピーターの増加も目指していく。</p> <p>・小学生を対象とした環境教育プログラムの開始を機に、本市が公害と向き合ってきた歴史を子どもたちにも伝えていくため、学校教育との一層の連携を図るなど、市民の主体的な学びを支える尼崎らしい博物館を築いていく。</p> <p>・今後も、来館をきっかけに子どもだけでなく、大人も本市の歴史や文化について一層興味を深めていくことができるよう、市内の歴史・文化の拠点施設を周遊できるような仕組みづくりについて検討していく。</p>
<p>主要事業の提案につながる項目</p>	