

令和 6 年度

事業報告及び決算報告書

一般社団法人あまがさき観光局

令和6年度事業報告

I 実施事業会計

1 観光地経営事業

(1) 観光動向調査

①来訪意向調査

大阪・関西万博開催前後における観光客の動向の変化を捉え、今後の戦略、施策立案に役立てるため、尼崎市の認知度やイメージ等について市内外での実態を調査した。

・調査時期：令和7年1月

・調査対象：尼崎市、周辺都市（兵庫県・大阪府）、東京（23区内）・名古屋市、岡山市、福岡市在住の20～79歳の男女 計3,091名（うち尼崎市民は773名）

以下、調査結果の抜粋（詳細は別紙1）

■尼崎市への来訪回数（単位[人]） 全体3,091人 - 尼崎市民773人 = 2,318人

今までに10回以上	今までに5～9回	今までに1～4回	今までに訪れたことがない	合計
325	155	708	1,130	2,318
14.0%	6.7%	30.5%	48.7%	

← 小計：1,188 →

※尼崎市民以外2,318人のうち尼崎市への来訪経験者は1,188人（51.3%）

■尼崎市内を周遊する際に利用した情報源をすべて教えてください。（複数回答可・単位[人]）

	SNS (Instagram, X, Facebook, TikTok など)	Google Maps	観光情報 サイト (じゃらん、楽天 トラベル 等)	尼崎市公式ホームページ	観光パンフレット	口コミサイト (食ログ、 Rettyなど)	テレビや ラジオ番組	ガイドブック・ 旅行雑誌	旅行会社 (店舗・ パンフレット)	タウン誌、フリーペーパー	友人・知人からの 紹介	その他	特に情報 収集はして いない	全体会
20才～24才	15	11	7	4	3	3	3	4	3	2	5	0	11	34
25才～29才	18	12	7	7	4	6	3	7	1	3	7	0	15	44
30才～34才	21	19	14	3	5	10	2	4	2	3	18	0	26	73
35才～39才	25	17	10	11	5	16	6	6	2	2	14	1	41	86
40才～44才	23	30	17	9	10	19	11	8	5	10	24	0	39	103
45才～49才	34	38	18	14	14	23	13	9	4	5	27	0	73	158
50才～54才	13	25	20	9	10	9	6	12	3	4	26	0	66	132
55才～59才	9	27	11	7	15	12	6	11	4	5	22	3	110	174
60才以上	20	35	41	26	33	15	28	35	21	10	59	6	229	384
全体	178	214	145	90	99	113	78	96	45	44	202	10	610	1,188
												1位	2位	3位

■最近1年間での尼崎市への主な来訪目的をすべて教えてください。（複数回答可・単位[人]）												1位	2位	3位
		観光・レジャー	仕事・出張	買い物	飲食	友人・知人訪問	通院	通学	地域イベント	スポーツ大会や試合	通過点として	その他	最近1年間は来訪していない	
		合計												
東京都	今までに10回以上	45	23	12	8	8	16	2	1	3	2	7	1	11 11.6%
	今までに5~9回	52	38	18	14	17	13	0	0	5	4	7	0	8 13.4%
	今までに1~4回	292	142	43	24	28	46	2	2	6	9	22	0	101 75.1%
	合計	389	203	73	46	53	75	4	3	14	15	36	1	120
愛知県	今までに10回以上	21	11	2	8	6	6	0	0	0	2	4	3	4 17.2%
	今までに5~9回	17	10	2	6	3	5	1	0	1	0	2	0	5 13.9%
	今までに1~4回	84	43	10	1	9	9	0	0	0	0	9	0	31 68.9%
	小計	122	64	14	15	18	20	1	0	1	2	15	3	40
大阪府	今までに10回以上	95	22	40	35	28	35	5	0	2	2	25	7	12 34.2%
	今までに5~9回	38	9	11	18	8	11	2	0	2	2	10	1	3 13.7%
	今までに1~4回	145	33	22	27	14	18	1	1	3	2	30	1	38 52.2%
	小計	278	64	73	80	50	64	8	1	7	6	65	9	53
兵庫県	今までに10回以上	150	26	51	68	41	36	6	3	9	8	41	11	13 49.8%
	今までに5~9回	33	8	9	17	6	5	1	0	3	1	6	1	3 11.0%
	今までに1~4回	118	19	19	25	12	18	5	1	4	4	19	2	27 39.2%
	小計	301	53	79	110	59	59	12	4	16	13	66	14	43
岡山県	今までに10回以上	6	4	2	1	2	3	0	0	1	0	2	0	1 18.8%
	今までに5~9回	5	3	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1 15.6%
	今までに1~4回	21	9	3	2	1	3	0	0	0	2	0	0	7 65.6%
	小計	32	16	5	3	3	7	0	0	1	2	2	0	9
福岡県	今までに10回以上	8	3	4	2	4	4	1	1	1	2	3	0	2 12.1%
	今までに5~9回	10	5	2	2	0	2	1	0	0	1	1	0	4 15.2%
	今までに1~4回	48	22	6	1	2	4	0	0	0	2	3	0	14 72.7%
	小計	66	30	12	5	6	10	2	1	1	5	7	0	20
全体		1,188	430	266	269	189	235	27	9	40	43	191	27	285

■以下の尼崎市のスポットについて、あなたの認知状況と興味関心を教えてください。

※尼崎城のみ尼崎市への訪問経験のある人からの回答、その他は訪問経験を問わず全員からの回答

※兵庫県は尼崎市民を含まない

【尼崎城】 市民以外全国認知度：37.9%						
	行ったことがある	知っているし、行ってみたい	知らなかつたが行ってみたい	知っているが、あまり興味がない	知らなかつたし、あまり興味がない	全体
東京都	76	38	105	22	148	389
愛知県	21	9	36	9	47	122
大阪府	39	29	71	32	107	278
兵庫県	44	48	57	53	99	301
岡山県	4	1	10	2	15	32
福岡県	16	5	16	2	27	66
全体	200	130	295	120	443	1,188
	16.8%	← 35.8%	→ ←	47.4%	→	

市民認知度：90.2%						
	行ったことがある	知っているし、行ってみたい	知らなかつたが行ってみたい	知っているが、あまり興味がない	知らなかつたし、あまり興味がない	全体
中央地区	65	19	2	24	4	114
大庄地区	33	11	0	22	4	70
武庫地区	60	29	11	28	9	137
園田地区	74	31	8	48	11	172
小田地区	59	19	4	28	10	120
立花地区	74	25	7	48	6	160
全体	365	134	32	198	44	773
	47.2%	← 21.5%	→ ←	31.3%	→	

【寺町】 市民以外全国認知度：11.4%								
	行ったことがある	知っているし、行ってみたい	知らなかつたが行ってみたい	知っているが、あまり興味がない	知らなかつたし、あまり興味がない		全体	
東京都	54	35	285	26	616		1,016	
愛知県	12	6	64	5	206		293	
大阪府	15	9	89	24	251		388	
兵庫県	21	19	69	17	259		385	
岡山県	2	1	17	1	52		73	
福岡県	6	7	39	4	107		163	
全体	110	77	563	77	1,491		2,318	
	4.7%	← 27.6%	→ ←	67.6%	→			

市民認知度：59.0%								
	行ったことがある	知っているし、行ってみたい	知らなかつたが行ってみたい	知っているが、あまり興味がない	知らなかつたし、あまり興味がない		全体	
中央地区	68	4	5	17	20		114	
大庄地区	48	2	1	9	10		70	
武庫地区	43	13	17	15	49		137	
園田地区	40	15	17	24	76		172	
小田地区	37	10	12	18	43		120	
立花地区	50	15	15	28	52		160	
全体	286	59	67	111	250		773	
	37.0%	← 16.3%	→ ←	46.7%	→			

【尼崎運河クルーズ】 市民以外全国認知度：7.8%						
	行ったことがある	知っているし、行ってみたい	知らなかつたが行ってみたい	知っているが、あまり興味がない	知らなかつたし、あまり興味がない	全体
東京都	20	48	318	15	615	1,016
愛知県	4	13	87	4	185	293
大阪府	3	8	106	11	260	388
兵庫県	3	15	92	14	261	385
岡山県	0	3	19	3	48	73
福岡県	4	9	48	4	98	163
全体	34	96	670	51	1,467	2,318
	1.5%	← 33.0%	→	← 65.5%	→	

市民認知度：34.9%						
	行ったことがある	知っているし、行ってみたい	知らなかつたが行ってみたい	知っているが、あまり興味がない	知らなかつたし、あまり興味がない	全体
中央地区	6	22	21	20	45	114
大庄地区	4	17	9	13	27	70
武庫地区	2	22	43	21	49	137
園田地区	3	22	35	27	85	172
小田地区	3	17	31	18	51	120
立花地区	2	24	38	27	69	160
全体	20	124	177	126	326	773
	2.6%	← 38.9%	→	← 58.5%	→	

■以下の項目について、尼崎市のイメージにどの程度当てはまると思いますか？

【歴史や文化が感じられる街である】					
尼崎市民以外					
とても当 てはまる	やや当 てはまる	どちらと もいえな い	やや当 てはまらな い	全く当 てはまらな い	全体
91	525	1,135	337	230	2,318
3.9%	22.6%	49.0%	14.5%	9.9%	
← 26.6% →					
尼崎市民					
とても当 てはまる	やや当 てはまる	どちらと もいえな い	やや当 てはまらな い	全く当 てはまらな い	全体
64	312	258	100	39	773
8.3%	40.4%	33.4%	12.9%	5.0%	
← 48.6% →					

【下町情緒が感じられる街である】					
尼崎市民以外					
とても当 てはまる	やや当 てはまる	どちらと もいえな い	やや当 てはまらな い	全く当 てはまらな い	全体
185	858	927	165	183	2,318
8.0%	37.0%	40.0%	7.1%	7.9%	
← 45.0% →					

【尼崎市民】					
尼崎市民					
とても当 てはまる	やや当 てはまる	どちらと もいえな い	やや当 てはまらな い	全く当 てはまらな い	全体
168	350	176	52	27	773
21.7%	45.3%	22.8%	6.7%	3.5%	
← 67.0% →					

【観光地として魅力的である】

尼崎市民以外

とても当 てはまる	やや當て はまる	どちらと もいえな い	やや當て はまらな い	全く當て はまらな い	全体
76	346	1,080	499	317	2,318
3.3%	14.9%	46.6%	21.5%	13.7%	

← 18.2% →

尼崎市民

とても当 てはまる	やや當て はまる	どちらと もいえな い	やや當て はまらな い	全く當て はまらな い	全体
32	123	289	237	92	773
4.1%	15.9%	37.4%	30.7%	11.9%	

← 20.1% →

【アクセスが便利である】

尼崎市民以外

とても当 てはまる	やや當て はまる	どちらと もいえな い	やや當て はまらな い	全く當て はまらな い	全体
245	734	973	189	177	2,318
10.6%	31.7%	42.0%	8.2%	7.6%	

← 42.2% →

尼崎市民

とても当 てはまる	やや當て はまる	どちらと もいえな い	やや當て はまらな い	全く當て はまらな い	全体
393	281	76	15	8	773
50.8%	36.4%	9.8%	1.9%	1.0%	

← 87.2% →

②市内ホテル宿泊者向けアンケートの実施

阪神尼崎駅周辺のホテルと連携し、市と共同でR7年2月から宿泊者の実態調査を実施。（設問数10）次年度以降も継続して実施する予定。

アンケート回答の終了画面を、阪神尼崎駅前のあまがさき観光案内所にて提示すると、ノベルティを進呈。案内所の利用機会増にも繋げる。



(2) 観光土産物の認証事業

土産物を市の魅力発信ツールとして捉え、令和4年度より地域にある“尼らしい”魅力ある土産物を発掘するため、「尼みやげ」として尼崎市およびあまがさき観光局による土産物認証制度を実施。これまでに合計53商品（37事業者）が認証されている。

①尼みやげ認証事業者へのアンケート実施

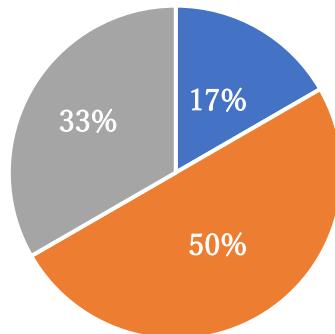
R6年度の認証商品募集に先駆けて、前年度までに認証されている事業者に対しアンケートを実施した。

実施期間：6月19日（水）～6月25日（火）

回答事業者：28事業者中12件

アンケート結果（抜粋）

Q1.認証をきっかけに貴店の商品の認知度は上がったと感じられますか？

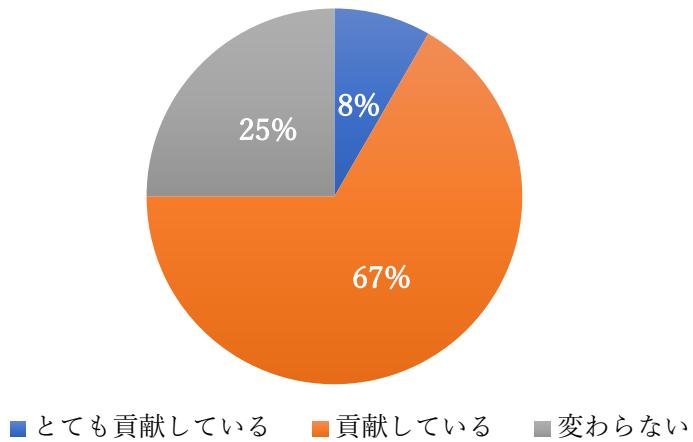


■ とても上がった ■ 上がった ■ 変わらない

Q1 に対するコメント

- ・ネットやリーフレットに掲載していただき認知度が上がったと感じています。
- ・販売場所をもう少し増やして頂くともっと認知度は上がるかと思います。
- ・尼みやげの詰め合わせギフトセットなどを販売してさらに盛り上げて欲しい。

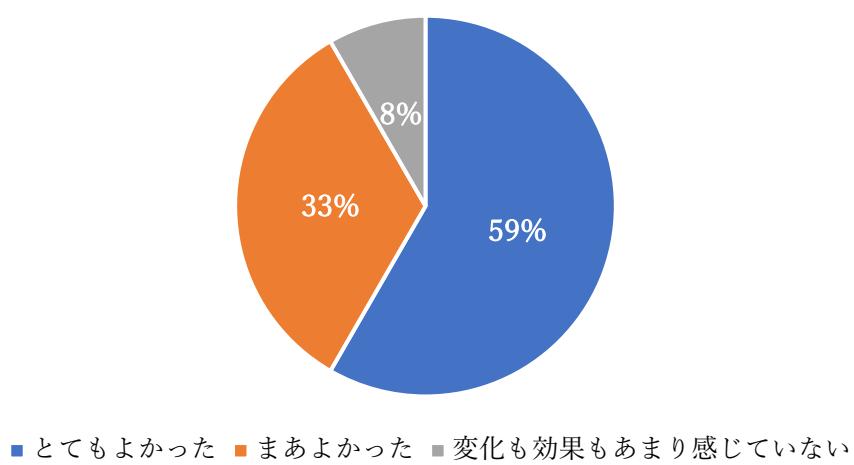
Q2.認証制度は商品の売上に繋がっていますか？



Q2 に対するコメント

- ・尼みやげ認証ということで、取引していただいたことがありました。
- ・もっと発信を増やしてほしいです。

Q3.総合的に見て認証されてよかったですと思われますか？



Q3 に対するコメント

- ・商品の価値や信用度が上がったように感じています。
- ・商品を販売するときにうたい文句になる
- ・まだまだ効果が中途半端に感じます。

②令和5年度尼みやげ認証商品 審査結果

募集期間：7月1日（月）～9月30日（月）

審査会：10月16日（水）15:00～ 於：開明庁舎3階中会議室

審査員：学校法人育成学園 育成調理師専門学校

　　製菓担当教諭　　浅香 美妃（食の視点）

株式会社阪急阪神百貨店 あまがさき阪神

　　店長　　福西 拓也（販売およびトレンドの視点）

あまがさき観光案内所

　　スタッフ　　森谷 悠希（観光、地域、販売の視点）

株式会社クリエテ関西（雑誌月刊あまから手帖）

　　編集長　　江部 拓弥（食の視点）

株式会社京阪神エルマガジン社

　　SAVVY 編集室 編集長　　秦 啓（トレンドの視点）

対象商品：土産物として持ち帰り、ご家庭や職場で分けて食べていただける常温保存可能な

加工食品、および贈り物としてふさわしい尼崎ならではの雑貨

審査方法：事前審査－書類審査

　　一次審査－5名の審査員の評価が50点未満のものを除外（100点満点）

　　二次審査－5名の審査員による最終審査

審査結果：9事業者による9商品を認証（申請数：14事業者 14商品）

[認証商品]

- ・尼のおばちゃんサブレ／excellente journee!（エクセラント ジョルネ！）
- ・尼の恵みガレット／ケーキ工房ワタナベ
- ・落第忍者乱太郎どら焼き／有限会社 寶屋遊亀
- ・尼の焼き梅／一般社団法人ひまわり
- ・缶詰「尼の一本釣りシリーズ」／株式会社 尼漁開発
- ・割烹おゝ浜のポン酢／株式会社 O-HAMA
- ・近松の郷シリーズ緑茶／山田茶園
- ・あまみずき（500円用レザーコインケース）／革工房おおがき株式会社
- ・今治タオル尼崎城刺繡入りハンカチ／一般社団法人あまがさき観光局

③「尼みやげ」認証商品に対するPRおよび販路拡大支援

ア 尼みやげPRツールの制作と活用

全ての認証商品を掲載したリーフレット（A4三つ折り）を制作し、市内外の各種イベント等で配布した。

また、観光局公式HPにも尼みやげの特設ページを設け、ストーリーとともにそれぞれの商品を紹介した。

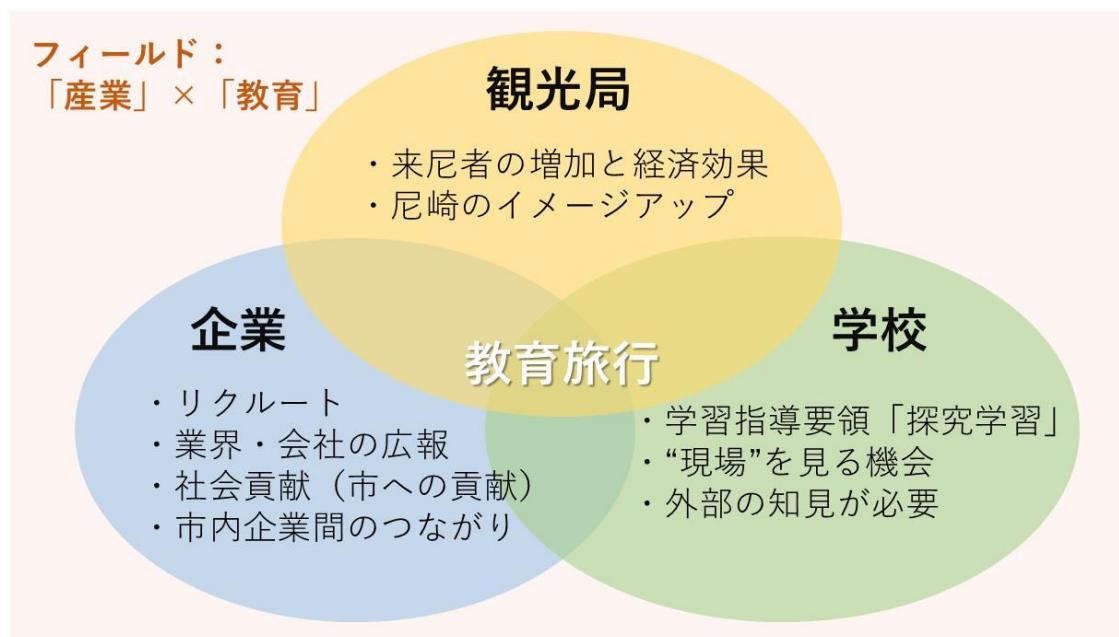
イ あまがさき観光局公式インターネット通販サイト「尼崎デパート」の運営

尼みやげ認証商品の販路拡大を目的として、R5年12月よりスタート。今後、当サイトの認知度向上を図り、認証事業者の販売支援を積極的に行っていく。



(3) 教育旅行誘致に向けた取り組み

- ①「あまがさき探究プログラム」の造成およびリリース
実施の目的 企業・学校・あまがさき観光局の三方よし



近年の教育現場では、学習指導要領に「探究学習」を実施する旨記載されていることから、外部の知見を活かした学習の機会が求められている。一方で市内の多くの企業は、世界から高い評価を得ている技術力・品質を誇るもの最終製品を作っていないことから、広報について課題を抱えている企業が多く、これから就職活動をする世代に向けたPRの場を求めている。また、あまがさき観光局では、尼崎ならではの強みを生かした誘客と市のPR（イメージアップ）を推進している。

これらのニーズを踏まえ、2025年大阪・関西万博開催に向けて関西エリアへの注目度が高まるこことを契機として、教育旅行における圧倒的シェアを誇る（株）JTBの神戸支店とともに教育旅行の誘致に向けてプログラムの整備を進めてきた。

未来を担う人材への“教育”というフィールドで、「地域資源」である多種多様な産業に焦点を当て、万博会場である大阪や修学旅行の定番・京都奈良へも交通至便な「立地条件」をセールスポイ



ントに「地域のおもてなし力」を持った企業・団体担当者によるプログラムとして、「キャリア探究」「地域探求」「SDGs 探究」それぞれの観点から学ぶことができる「あまがさき探究プログラム」を造成。万博期間中はもちろん、終了後も「USJ+尼崎」、「京都+尼崎」のように、関西での教育旅行先の定番となることを目指し、R6 年 4 月より本格的に誘致を開始した。(R6 年度末で参画企業・団体は 17、R7 年 5 月現在は 22)

②R6 年度実績

のべ 4 校 338 名

- ・興国高等学校／大阪府 ×2 回=158 名
AtomsWorld、ニプロン、日本スピンドル製造、ミヤコ工芸社、岸本吉二商店、日本製鉄
- ・滝川中学校／兵庫県 69 名
クボタ、日本製鉄、ヤンマーパワーテクノロジー
- ・関西高等学校／岡山県 111 名
クボタ、日本製鉄、ニプロン、日本スピンドル製造



③実施後の感想（抜粋）

<企業から>

- ・受入れには不安もあったが、とても元気をもらって大変良い機会だった。
- ・受入れ前は、オープンファクトリーと同じイメージで準備が大変だと思っていたので 1 年に 2 回くらいしかできないかな、という印象だったが、実際やってみるとこのプログラムは負担が少なかったので、受入れ回数が多くても大丈夫という印象。今後も協力していきたい。
- ・市の関係事業としてはピカイチ。とてもいい取組だと思う。

<生徒から>

- ・現場を知ることができたのでとてもよく分かったし、新製品のアイデアを出すのもとても楽しかった。
- ・企業側が丁寧に説明、案内をしてくださって非常に満足だった。

<引率教員から>

- ・内容が素晴らしく大変良かった。参加した生徒たちが活き活きしていた。来年も是非利用したい。(興国高校)
- ・身近にあるものがどのようにして作られているのか、課題解決のために何を考え、何に取り組んでいるのかを学ぶことができ充実した研修となりました。(滝川中学)

④実施後の展開

ア興国高等学校文化祭

事後学習後に学習内容をポスター展示。受け入れ企業の担当者と見学に訪問した。

<見学後の企業担当者からの感想（抜粋）>

- ・成果を見ることができて、いま、大変大きなやりがいを感じている。興国高校のように事後学習をこれだけの熱量でやっていただけだと、実施側としては狙い通り、100点満点と言っていい。それぞれのお子さん的心に残っていることが実感できてとてもよかったです。よりためになる工場見学をしたいなと思った。
- ・生徒さんの熱心さに本当に感心します。我々の頑張りが報われた感じがします。これからも頑張って行こうと思いました。



② 交流会の実施

R6年度の参画事業者および次年度以降の参画を検討している事業者を対象に、受け入れ実施についての報告会と参加者同士の交流、情報交換を目的とする懇親会を開催した。

日 時：R7年2月21日（金）15：30～19：00

会 場：AMA-NEST（尼崎市開明庁舎2階）

参加者：15社 25名 参加費：2,000円/人（懇親会）

＜参加者の声＞（抜粋）

- ・受け入れにあたり不安だった点が、実際に行われた企業様の資料や様子など詳細にお伺いでき大変参考になった。同じ市内の企業でもどういった事業展開をされているか等、資料だけでは分からなかった点も分かり一個人としても面白かったです。
- ・様々な企業様と接する機会を頂き、改めて考えさせられる部分や自分自身も体験してみたいと思える時間だった。次年度また開催いただけるようでしたら今回以外の企業様にも受け入れ報告を色々聞いてみたい。

これまで接点のなかった企業同士が交流会で知り合い、そこから相互に企業訪問や工場見学をしているところも出てきているなど、教育旅行への参画をきっかけに企業間の繋がりも生まれていることから、今後も交流会を市内企業の新たなコミュニティ作りの場として活用していく。

（4）観光 DX の推進

兵庫県が採択された「総務省地域デジタル基盤活用推進事業（地域 DX 推進体制構築支援）」に参画。今まで見えなかった観光実態（データ）を「見える化」することで、各観光関連事業者・団体がデータ活用の意義を強く認識し、本市の観光におけるデータ活用推進のスタートとすることを目的として、取組を開始。観光を起点とした地域活性化の基盤としていく。

本年度は、伴走支援事業者と共に、「誰に、何を、どうやって売っていくのか」という課題の中の、特に「何を」を洗い出すべく、過去の施策の振り返りや、現状のデータの整理、地域事業者へのヒアリング等を行った。

R7 年度以降は市が新たに導入する人流データを活用し、市のデジタル推進課とも連携しながら、さらに尼崎ならではの観光 DX を推進していく。

(5) (公財) 大阪観光局との連携強化

2025 年大阪・関西万博を契機に、またその後も継続的に来阪観光客を積極的に尼崎に誘客すべく、尼崎のディープな魅力を生かし、主にインバウンド観光客をターゲットに大阪～尼崎のガイド付き周遊プランを造成し、3月末より販売開始した。



ツアー1) 尼崎ノスタルジックツアー

～昭和レトロに酔いしれる昼飲み×ボートレース体験！～

行程：【12 時～17 時】阪神尼崎駅 西改札口前集合---尼崎中央商店街を案内し、地元の居酒屋で昼飲み---（電車で移動）---ボートレース体験---（電車で移動）---梅田の居酒屋街で締めの一杯---解散

ツアー2) 尼崎ノスタルジックツアー

～昭和レトロに酔いしれる昼飲み×ボートレース体験！ ショート版～

行程：【12 時～15 時】阪神尼崎駅 西改札口前集合---（電車で移動）---ボートレース体験---（電車で移動）---尼崎中央商店街の地元の居酒屋で締めの一杯---解散

ツアー3) 尼崎ノスタルジックツアー ～昭和レトロに酔いしれる昼飲み×競馬体験！～

行程：【12 時～17 時】阪急園田駅 改札口前集合---園田駅周辺の地元の居酒屋で昼飲み---競馬体験---（電車で移動）---梅田の居酒屋街で締めの一杯---解散

ツアー4) 尼崎ノスタルジックツアー

～昭和レトロに酔いしれる昼飲み×競馬体験！ ショート版～

行程：【12 時～15 時】阪急園田駅 改札口前集合---競馬体験---園田駅周辺の地元の居酒屋で締めの一杯---解散

(6) 万博を見据えた主にインバウンドを対象としたPRおよび受け入れ体制の整備

■尼崎運河クルーズ

上下する水位を船上で体感しながらパナマ運河方式の閘門を通過し、工場群を縫うように進む運河クルーズを体験。加えて武庫川河口域での釣りと魚つり公園内で釣った魚も食材にBBQも楽しめる。JR デスティネーションキャンペーン(DC)

を契機に商品化し、R5年4月より実施。

R6年度は観光庁の「地域観光新発見事業」の補助金が交付され、(株)日本旅行等とともに万博を見据えて、主にインバウンド向けにコンテンツの整備を行った。



①クルーズ中に使用できる英語版の冊子制作

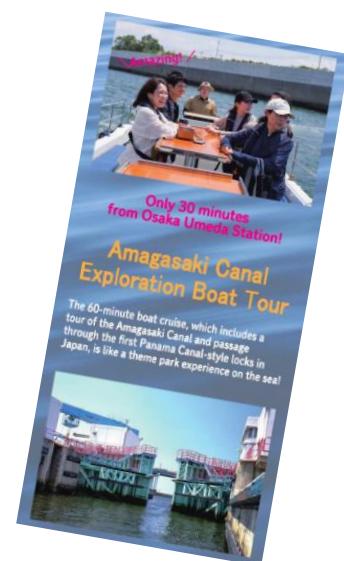
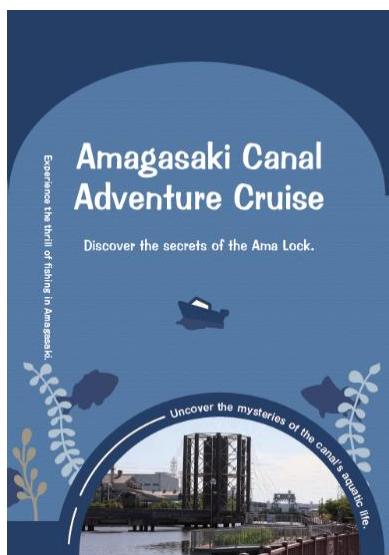
クルーズのコースと併せて見られる企業の紹介などを掲載した冊子を制作した。

②多言語音声ガイドの整備

通常日本語で行っているクルーズ中の解説を英語、中国語（簡、繁）、韓国語に翻訳し、スポットごとに聞けるよう音声ガイドシステムを整備した。

③セールス用リーフレット（日本語版・英語版）作成

市内外で商品紹介をするために、日本語版および英語版の三つ折りリーフレットを作成。



■観光 PR 動画制作

尼崎市商業観光課からの委託を受け、大阪・関西万博に訪れる来場者に向けて、また、万博後にも市の PR に活用できるよう、様々な観光資源（歴史、文化・産業）を効果的に表現した動画を制作。今後、PR ツールとして市内外で放映していく。現在、あまがさき観光局公式 YouTube チャンネルにて公開中。

<https://www.youtube.com/@amagasakitourismbureau8563>

<https://www.youtube.com/watch?v=VImhB1Trvww> (6 分 ver.)

<https://www.youtube.com/watch?v=vwuK8SAWDSY> (1.5 分 ver.)



■外国語メニューの整備

尼崎市商業観光課からの委託を受け、外国人観光客の受入れのための環境整備の一環として、外国語メニュー設置店舗での店頭掲出用ステッカー、店舗一覧の冊子および HP を制作した。



ステッカー



HP

店舗一覧

■るるぶ FREE'25 TOKYO・HAKONE-KYOTO・OSAKAへの広告出稿

インバウンド向け FREE マガジンに広告を掲載。大阪・関西エリアへの訪問予定客に対し、大阪からのアクセスの良さと共にコンテンツを紹介した。

A5 版 カラー44 ページ

3月上旬より設置開始

発行部数：10万部

設置箇所：ホテル、

観光案内所、観光施設等。

都内 45 カ所、神奈川 22 カ所、

京都 24 カ所、大阪 46 カ所



(7) 近隣の学校との連携事業

学校からの要請に応じて、主に探究学習における課題設定や研究発表に対する講評などを行った。

- ・関西国際大学（尼崎市）サービスラーニング導入授業および報告会
- ・仁川学院高校（西宮市）探究学習ポスター発表会 課題設定および講評
- ・関西学院高等部（西宮市）地域探求フィールドワーク 課題設定および講評

2 にぎわい創出事業

(1) 地域や事業者と連携した賑わい創出事業

■あまゾーン（AMAZONE）フェスティバル

3年目の実施。期間内に阪神尼崎駅周辺で開催されるイベントをまとめて情報発信することで、統一感や一体感を持たせるとともに、効果的な訴求を図った。

期 間：9月7日（土）～12月15日（日）

目 的：阪神尼崎駅周辺の賑わい創出

事業者等との連携推進（ハブ機能）

ターゲット：阪神圏の通学・通勤している人および関西圏のファミリー
一層

広 報：HP（LP作成）・SNSでの情報発信

市報・HOT HANSHIN 等への掲載

生涯学習プラザ等各施設・尼崎信用金庫市内各支店等での
チラシ配布および市外（西宮・伊丹）でのチラシ配布



[チラシ掲載イベント]

NO.	日程	イベント名	場所	来場者数
1	9/7 土	尼涼祭	中央公園	1,500
			城址公園	2,700
			AMA-NEST	2,000
			スタンプラリー参加	500
2	9/15 日	第4回 本とお花とパンとコーヒー	中央公園	280
3	9/15 日	築地だんじりまつり	築地・東本町を中心とした阪神尼崎周辺。	10,000
	9/16 月			
4	9/15 日	れじまわんわんフェス	中央公園	800
5	9/28 土	あまみゅ (尼崎MUSIC PARK2024)	中央公園	3,000
	9/29 日			
6	9/29 日	あまみみフェス	アルカイックホールステージ	986
			アルカイックホールステージ広場ステージ	521
			庄下川公園ステージ	346
7	10/5 土	尼崎運河魅力アップイベント	尼崎北堀運河	300
8	10/6 日	貴布禰祭席	貴布禰神社	140
9	10/20 日	れじまわんわんフェス	中央公園	800
10	10/27 日	尼芋奉納祭	貴布禰神社	300
11	10/27 金	あまワールドフェス	中央公園	4,500
12	11/17 日	れじまわんわんフェス	中央公園	750
13	12/15 日	れじまわんわんフェス	城址公園	750
14	12/12 木	ジャパンコーヒーフェスティバル 2024in尼崎	中央公園	1,210
	12/13 金			
	12/14 土			
	12/15 日			

◇あまみゅ（尼崎 MUSIC PARK 2024）

日 時：9月28日（土）、29日（日）11:00～18:00

場 所：中央公園 2F

主 催：（一財）大阪蔵屋敷

（共催：まちづくり共同企業体、あまがさき観光局、後援：尼崎市）

経 緯：大阪大学の「プロジェクト開発論」の授業において「尼崎の活性化」について検討する場があり、尼崎での音楽イベントが発案された。その後「関西をエンタメで盛り上げたい」をコンセプトに活動を行っている大阪蔵屋敷とタッグを組み、本イベントを開催することとなった。R5年度より開催。

テマ：食×音楽×芸術

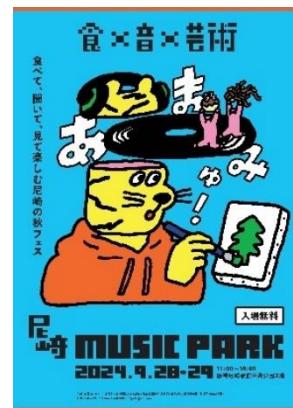
内 容：食=市内事業者による飲食ブース 7店舗出店

音楽=ミュージシャンなど 26組（うち尼崎出身 10組）、

芸術=似顔絵アーティスト、バルーンアート、雑貨ショップなど 8軒

入場無料

来場者：約 3,000 人



◇ジャパンコーヒーフェスティバル 2024in 尼崎

日 時：12月12日（木）～12月15日（日）平日 17～21時、土日 10～18時

場 所：中央公園 2F

主 催：（一社）日本コーヒーフェスティバル実行委員会

（共催：まちづくり共同企業体、あまがさき観光局、

後援：尼崎市）

内 容：市内外のカフェが、情をテーマにしたエピソードからインスピレーションを得たコーヒーを提供。その飲み比べを楽しむイベント。

来場者：1,210 人



(2) JR 西日本 神戸～大阪鉄道開業 150 周年記念プロジェクトとの連携事業

1874 年 5 月 11 日に神戸駅～大阪駅間で鉄道が開業してから 150 周年にあたることから、様々な関連イベントが実施され、沿線自治体と共に参加した。

◇鉄道とまちの歴史パネル展

タイトル：鉄道と共に発展してきた尼崎 150 年の歴史

設置期間：5 月 2 日（木）～9 月 30 日（月）

設置箇所：JR 尼崎駅 自由通路（北側）

内 容：鉄道をはじめとする交通インフラの発展と共に様々な企業が進出し栄えてきた尼崎。その発展の過程をたどりながら産業の町から住みみたい町へと移り変わってきた歴史を紹介。



◇沿線地域をつなぐデジタルスタンプラリー

実施期間：5 月 11 日（土）～9 月 30 日（月）

実施エリア：沿線 4 市（尼崎市および神戸市、芦屋市、西宮市）

スタンプスポット：4 市内の観光地や飲食店等及び京都鉄道博物館 計 150 か所

市内スポット：尼崎城、近松記念館など 30 か所

内 容：JR 西日本アプリ「WESTER」から参加。達成スポット数に応じて抽選でプレゼント

参加者数：2,813 名（全体の登録者数は約 33,000 名）

(3) 尼崎商工会議所と連携した賑わい創出

◇尼崎商工会議所青年部 30周年記念事業「AMAHAKU」

日 時：12月7日（土）10時～19時

場 所：ベイコム陸上競技場

主 催：尼崎商工会議所青年部（あまがさき観光局は後援）

内 容：ステージイベント、レゲエライブ、

飲食・物販等 48 出店

あまがさき観光局もブース出店し、尼みやげ商品の販売、酒類のドリンク販売、観光パンフレットの配布を行った。

売 上：客数 61 人、販売点数 97 点

来場者：10,000 人



◇尼崎まち灯り 2025

日 時：2月15日（土）15:30～19:30

場 所：尼崎城址公園、尼崎城

主 催：尼崎商工会議所青年部

（共催：尼崎市、あまがさき観光局、まちづくり共同企業体 後援：尼崎市教育委員会）

内 容：幻想的な光の迷路や尼崎城の特別ライトアップショーもある光の祭典。ステージパフォーマンスや、縁日、夜店、尼崎の歴史・文化が学べるスタンプラリー等も。

また、阪神淡路大震災から 30 年目の節目にあたることから、震災の記録展示も行われた。

来場者：約 2,500 人





(4) 観光庁「地域観光新発見事業」の補助金を活用した賑わい創出

■デジタルスタンプラリーの実施

阪神尼崎駅周辺の周遊促進を目的として、(株)日本旅行と連携して尼崎城～寺町～中央・三和商店街を周るスタンプラリーを実施。

多くの商店街事業者等とも接点を持つことができ、今後の連携強化につながる取り組みとなつた。

◇「魅力まんてん尼の町 あまがさき新発見デジタルスタンプラリー」

期 間：9月5日（木）～12月20日（金）

スポット数：12カ所

景 品：「尼みやげ」詰め合わせ等

参 加 者：総数－204人 総獲得スタンプ数－641

尼崎市内－45.5%	10代－1.5%
尼崎市外－54.5%	20代－11.9%
	30代－21.8%
男性－34.2%	40代－22.8%
女性－65.8%	50代以上－42.1%



◇「食べ歩き＆まち歩き ぶらりデジタルスタンプラリー」

期 間：2月1日（土）～3月20日（祝）

スポット数：31カ所

景 品：万博入場チケット、ホテルヴィスキオ尼崎宿泊券、
「旬味千菜 蓼こん」食事券、「尼みやげ」

参 加 者：総数－396人 総獲得スタンプ数－2,998

尼崎市内－45.6%	10代－6.3%
尼崎市外－54.4%	20代－9.5%
	30代－17.5%
男性－37.6%	40代－25.6%
女性－62.4%	50代以上－41.1%



■モニターツアーの実施

（株）日本旅行と連携し、国内旅行会社やインバウンド旅行会社等でのツアー商品の造成、旅行各社での取り扱いを目的として、運河クルーズツアーエクスペリエンス、尼崎城や商店街散策を主としたモニターツアーを実施した。

実施日：9月5日（木）、12日（木）、10月24日（木）、31日（木）

参加者：国内旅行会社、インバウンド旅行会社、インフルエンサーなど 合計48名

(5) にしのみや観光協会との連携による賑わい創出

◇イベント名：「ようかいむらのスタンプラリー」

開催期間：7月19日（金）～9月1日（日）

スポット数：全103カ所（西宮、尼崎、宝塚、伊丹、芦屋、神戸、洲本、大阪市内）

参加者：14,468人（昨年度10,234人）

総スタンプ獲得数：109,177

うち尼崎市内スタンプ設置場所とスタンプ獲得数

- ・尼崎城 375 ・世界の貯金箱博物館 438 ・尼崎市立歴史博物館 323
- ・なないろカフェ 201 ・尼崎市総合文化センター 205 ・近松記念館 113
- ・あまがさき観光案内所 418 ・尼信会館 422 ・ドコモショップ園田店 151
- ・ドコモショップJR立花駅前店 181



◇夏のイベント情報チラシへの掲載による相互送客

にしのみや観光協会が、夏休み期間中に西宮、尼崎、伊丹で開催される子供向けイベントを取りまとめてリーフレットを6万部作成。西宮市内の公立の幼保小学校の全児童への配布とスタンプスポット等でも配架。尼崎市内各施設でも配布し、相互送客を図った。

市内掲載スポット：

- ・尼崎城 ・尼崎市立中央図書館 ・世界の貯金箱博物館 ・尼信会館 ・A-Labo
- ・尼崎市総合文化センター ・尼崎市立歴史博物館 ・あまがさき観光案内所



◇出張！ようかいむらがやって来る in 尼崎

あまがさき観光案内所内にて、ようかいむらのようかいをテーマにした子供向けアトラクションイベントを開催。

期 間：8月1日（木）～8月7日（水）

入場者数：のべ約500人



(6) 関西学院大学経済学部 栗田研究室との連携による賑わい創出

◇AMA WORLD FES 2024～縦と横のつながり in あまがさき～

日 時：10月27日（日）10時～17時

場 所：中央公園2F

主 催：関西学院大学経済学部 栗田研究室

（共催：尼崎信用金庫、あまがさき観光局、阪神電気鉄道、まちづくり共同企業体 後援：尼崎市、尼崎商工会議所）

内 容：SDGs×地方創生の認知度向上や、尼崎や他の学生団体などの活動を知ってもらう機会を持ち、地域の活性化に繋げることを目的としたイベント。

協力団体の活動報告、飲食・物販ブース、ステージイベントなど

来場者：約4,500人



3 観光情報発信事業

(1) 公式ホームページおよびSNSによる情報発信

■公式ホームページ

【HP表示回数（旧PV数）】		R2年度	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度
4月	6,092	11,501	25,679	25,751	87,534	
5月	9,206	8,730	43,600	37,528	67,784	
6月	10,344	13,107	24,891	36,830	59,820	
7月	9,440	22,923	26,870	36,268	55,945	
8月	8,728	23,338	30,216	43,124	72,534	
9月	10,780	24,572	38,811	70,332	63,786	
10月	14,538	33,396	58,247	81,521	77,085	
11月	13,969	27,998	37,001	60,427	60,230	
12月	8,863	22,600	33,240	39,435	51,039	
1月	8,774	29,965	32,086	39,090	78,895	
2月	9,838	31,988	29,014	44,259	87,356	
3月	11,092	137,836	44,021	58,345	83,558	
合計	121,664	387,954	423,676	572,910	845,566	

【検索キーワード】

	1位	2位	3位	4位	5位
4月	あまろっく 口ヶ地	尼ロック 映画 口ヶ地	尼崎商店街	尼崎 公園	尼崎 イベント
5月	あまろっく 口ヶ地	尼崎 イベント	尼崎商店街	尼崎 公園	尼崎 観光
6月	あまろっく 口ヶ地	尼崎 イベント	尼崎 観光	尼崎商店街	尼崎 お土産
7月	尼崎ウォーターパーク 2024	尼崎 イベント	尼崎 観光	尼崎祭り 2024	尼崎商店街
8月	尼崎 イベント	amazing festa	尼崎 観光	尼涼祭	尼崎祭り 2024
9月	尼崎 イベント	あまろっく 口ヶ地	築地だんじり	尼崎 観光	尼崎商店街
10月	尼崎市民まつり	尼崎 イベント	尼崎市民祭り 2024	尼崎市民祭り	尼崎 観光
11月	尼崎 イベント	武庫川 コスマス	尼崎 観光	尼崎商店街	尼崎中央商店街
12月	尼崎 忍たま	尼崎商店街	忍たま 聖地巡礼	忍たま乱太郎 尼崎	尼子騒兵衛漫画ギャラリー
1月	尼崎 忍たま	尼子騒兵衛漫画ギャラリー	忍たま 聖地巡礼	忍たま 尼崎	忍たま乱太郎 聖地
2月	尼崎 忍たま	尼子騒兵衛漫画ギャラリー	忍たま 聖地巡礼	忍たま 尼崎	忍たま乱太郎 聖地
3月	尼崎 忍たま	尼子騒兵衛漫画ギャラリー	尼崎 観光	忍たま 聖地巡礼	忍たま乱太郎 尼崎

【閲覧されたページ TOP20】

	ページタイトル	表示回数	昨年
1	あまがさき地名めぐり～上級生編～ 特集ページ	78,269	14,060
2	イベント	34,222	30,692
3	映画「あまろっく」特設サイト	29,098	
4	観光スポット	24,087	14,534
5	お土産	20,221	18,167
6	映画「あまろっく」ロケ地MAP	18,492	
7	流行なんかに左右されない！『尼崎中央商店街』 特集ページ	17,718	30,625
8	「尼みやげ」認証商品一覧	16,943	
9	尼崎食堂 特設ページ	16,201	15,265
10	尼子騒兵衛漫画ギャラリー第2回企画展「本になった原画の世界展」 イベント	15,792	
11	尼子騒兵衛漫画ギャラリー 観光スポット	15,151	
12	映画「あまろっく」ロケ地紹介	13,428	
13	ポートレースあまがさきウォーターパーク2024 イベント	13,241	
14	あまがさき地名めぐり～下級生・他編～ 特集ページ	12,808	
15	尼崎の公園に行こう！オススメ8選！	11,836	12,157
16	尼崎運河探検クルーズ イベント	11,705	8,646
17	尼崎のコスモスを見に来てや！コスモス園までのアクセス	11,344	11,698
18	尼崎のコスモスを見に来てや！トップページ 特設ページ	11,317	7,304
19	あまがさきロケ地めぐり 特設ページ	10,521	6,974
20	あまがさき観光案内所	9,912	9,905

【ユーザー属性】

■性別比	R6年度	R5年度
男性	44.12%	46.50%
女性	55.88%	53.50%

■年代	R6年度	R5年度
18-24歳	15.85%	13.28%
25-34歳	27.38%	28.24%
35-44歳	25.97%	27.08%
45-54歳	19.24%	18.73%
55-64歳	7.45%	7.49%
65+歳	4.11%	5.18%

【アクセス地】

市町村	R6年度		R5年度	
1位	大阪市	24.28%	大阪市	25.54%
2位	尼崎市	17.35%	尼崎市	15.30%
3位	神戸市	6.39%	神戸市	9.47%
4位	西宮市	3.53%	西宮市	3.17%
5位	新宿区	2.30%	福岡市	1.98%
6位	名古屋市	2.14%	伊丹市	1.50%
7位	伊丹市	1.85%	小山市	1.41%
8位	渋谷区	1.54%	三沢市	1.38%
9位	福岡市	1.51%	室蘭市	1.35%
10位	京都市	1.46%	松江市	1.33%
※東京23区計：		10.41%		5.56%

県	R6年度		R5年度	
1位	東京都	36.90%	兵庫県	25.39%
2位	兵庫県	23.83%	大阪府	24.27%
3位	大阪府	20.89%	東京都	24.02%
4位	愛知県	2.24%	北海道	3.19%
5位	北海道	1.92%	千葉県	2.55%

国	R6年度		R5年度	
1位	日本	99.27%	日本	99.44%
2位	米国	0.24%	米国	0.18%
3位	台湾	0.10%	台湾	0.08%
4位	中国	0.06%	韩国	0.05%
5位	韩国	0.05%	香港	0.05%

【HP内の回遊性】

目標：1セッション（訪問）につき3PV以上

	セッション数	目標達成数	目標達成率
R6年度	515,873	51,070	9.90%
R5年度	368,103	12,410	3.37%

■SNSによる情報発信

X フォロワー数				
R2年度	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度
645	1,958	5,163	7,919	12,324

Instagram フォロワー数				
R2年度	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度
470	1,823	4,585	12,605	15,167

R6年度 Instagram 動画再生数TOP5	
立花駅前商店街食べ歩き	29,696
鳥焼肉 凡 (園田)	25,062
阪神尼崎駅前食べ歩き	24,969
なないろカフェ (阪神尼崎)	24,846
おもしろ自販機 (塚口周辺)	24,478

R6年度 Instagram 保存数TOP5	
もんた工房 (ハンドメイド／阪神尼崎)	438
フライングハウス (カフェ／常松)	384
鳥焼肉 凡 (園田)	310
WHICH (サンドイッチ／阪神尼崎)	264
ciao (ワイン食堂／阪神尼崎)	263

【Instagram フォロワー属性】

■性別比	R6年度	R5年度
男性	39.6%	38.1%
女性	60.4%	61.8%

■年代	R6年度	R5年度
18-24歳	1.9%	4.3%
25-34歳	20.2%	23.7%
35-44歳	31.5%	30.4%
45-54歳	28.7%	27.0%
55-64歳	13.7%	11.1%
65+歳	3.8%	2.7%

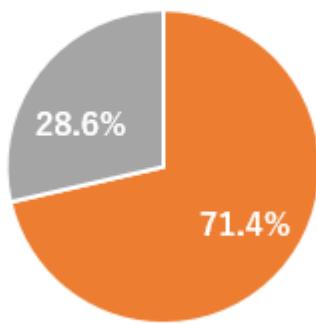
■アクセス地

市町村	R6年度		R5年度	
1位	尼崎市	50.2%	尼崎市	52.6%
2位	大阪市	8.1%	大阪市	7.1%
3位	神戸市	5.1%	西宮市	4.7%
4位	西宮市	4.7%	神戸市	4.7%
5位	伊丹市	4.0%	伊丹市	4.1%

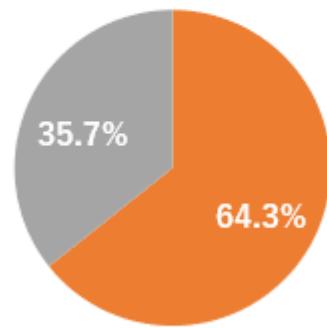
【Instagram 効果測定のためのアンケート】

◇店舗向け：4月～12月の間に投稿した全55店舗のうち、14店舗から回答。

Q1.あまがさき観光アカウントへの掲載により、知名度や問い合わせが増えた実感はありますか



Q2.あまがさき観光アカウントへの掲載により、来場者数が増えた実感はありますか



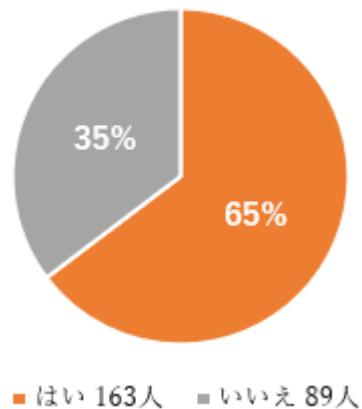
その他「#尼崎食堂」の取組についてのご意見（抜粋）

- ・直接掲載を見てと言われた事はないが、ネット予約サイトであまがさき観光サイト掲載されたとお店の紹介ページに載せると反応が良かった。
- ・面白いので、どんどん開拓していって欲しいです。
- ・見るのも楽しい企画だと思います

◇フォロワー向け：

Instagram のストーリーズにて、アンケート形式で実施。252名から回答。

あまがさき観光局のインスタを見て、実際にお店に行ったことがありますか



(2) 他団体との連携による情報発信事業

①兵庫県との連携による情報発信

主に 2025 年大阪・関西万博に向けて、兵庫県観光振興課、万博推進課やフィールドパビリオン担当課等と連携しながらイベントの実施や情報発信等を行った。

■JR デスティネーションキャンペーン (DC)

デスティネーションキャンペーン (DC) とは、JR6 社が現地の自治体や旅行会社などと協力し、地域の新たな魅力を発信し誘客する国内最大級の観光キャンペーン。令和5年7月～9月が兵庫県のキャンペーン期間で、令和6年度はアフターDCとしてプロモーション展開された。

◇ 「WEST EXPRESS 銀河で楽しむ兵庫 夏の体験イベント」

日 時：8月17日(土) 11:00～16:00

場 所：JR 神戸駅 1番のりば

内 容：WEST EXPRESS 銀河を神戸駅 1番のりばに停車させ、車内やホーム上で「食」や「体験」など兵庫の魅力を楽しめるイベント。列車を一日停めてイベントを実施するのはJR西日本として初。運河クルーズの紹介をしながら、市のPRを行った。

来場者：約 200 名 (会場全体では約 2,700 名)



■ひょうごフィールドパビリオンとしての情報発信

2025年大阪・関西万博を、これまで行われてきた兵庫の取り組みを国内外に伝える大きなチャンスとして、地域の「活動の現場そのもの（フィールド）」を地域の人々が主体となって発信し、多くの人に見て、学び、体験していただく「ひょうごフィールドパビリオン」を全県で展開。中でも尼崎運河クルーズは、全247のプログラムの中でも、特に体験して欲しい、いわゆる地域の核となるプログラムである9つのプレミア・プログラムに認定されている。



◇ひょうごフィールドパビリオン商談会

万博に向けて、フィールドパビリオンの実施事業者と旅行会社とのマッチングが目的。プログラムである「尼崎運河クルーズツアー」を中心にセールスを行った。

日 時：9月10日（火）13:30～19:00 および 12月12日（木）13:30～19:00

会 場：ANA クラウンプラザホテル神戸（新神戸駅）

主 催：兵庫県企画部万博推進局

商談先：9月10日＝（株）農協観光兵庫エリアセンター、T-LIFE パートナーズ（株）姫路支店、神戸新聞旅行社 旅行部、神姫バス（株）地域事業推進課、ANA あきんど（株）大阪支店、（株）リクルートじゃらん遊び・体験など 計10社

12月12日＝名鉄観光サービス（株）、（株）日本旅行 MaaS 事業推進本部、日本航空（株）西日本支社など 計10社

◇ひょうごフィールドパビリオンフェスティバル 2024

大阪・関西万博の会場で開催される「ひょうごフィールドパビリオンフェスティバル 2025（仮称）」のプレイベントとして実施。「尼崎運河クルーズツアー」を中心に市のPRを行った。

日 時：10月13日（日）10:00～17:00

会 場：神戸ハーバーランド デュオ神戸

主 催：兵庫県企画部万博推進局

来場者：約100人



■尼崎運河魅力アップ事業での情報発信

日 時：10月5日（土）10:00～14:30

会 場：尼崎北堀運河キャナルベース

主 催：阪神南県民センター

内 容：尼崎運河を中心とした地域への誘客を目的として実施されたイベントで、運河クルーズのPRおよび映画「あまろっく」のロケ地マップをフックに市内の見どころ紹介などを行った。

来場者：約150人



【尼崎運河探検クルーズ実施結果】

参加者	おとな=中学生以上								
	おとな（人）		こども（人）		グループ属性		居住地		
	合計	男性	女性	男性	女性	ファミリー	ファミリー以外	尼崎市内	市外
R6年度	1,186	411	651	80	44	601	585	546	913
R5年度	648							317	331

R6年度：4月～11月の実施（月平均148.25人）

R5年度：7月～11月の実施（月平均129.6人）

※12名乗り1隻での運行（R7年度からは2隻体制）

② 尼崎市および外郭団体等との連携による情報発信

■尼崎市農政課との連携

尼崎市内で生産された安全安心な新鮮野菜である「あまやさい」。尼崎市では、それらを使用した料理の提供または調理・加工品を販売している店舗を「あまやさい地産地消推進店」として周知する取組を行っている。「地元産の野菜」は市内外を問わず広く興味を持たれるキーワードでもあり、食は観光とも親和性が高いことから、あまがさき観光局としても市内外の方に「あまやさい」および「あまやさい」を食べられる市内飲食店、加工品を扱う店舗の紹介を行っている。

R6 年度は、店頭掲示用ステッカーのデザインおよび制作、ならびに HP に特設ページの設置を行った。



■尼崎市財政課との連携

市外での PR 出展や販売イベントなどを実施する中で、これまでに尼崎に住んだり働いたりした経験がある方や、出張でよく訪問している方が非常に多いと感じている。そのような尼崎にゆかりのある方々に対し、尼崎市「ふるさと納税」を紹介し、利用促進を図っている。

R6 年度は、チラシのデザインおよびイベント時の配布（約 1,500 部）、ならびに HP に特設ページの設置を行った。



■尼崎市公園計画・21世紀の森担当との連携

市内有数の観光スポットでもある「武庫川彫の渡しコスモス園」への来訪促進に向けた PRを行っている。

R6 年度は、フォトコンテストの共催、HP に特設ページの設置、ならびに Instagram への投稿を行った。



■尼崎市文化振興財団との連携

◇8/9（木）舞台裏探検ツアー参加者に再来訪促進のため夏休みのイベント案内チラシ、運河クルーズ PR チラシ等を配布。

③ 尼崎商工会議所との連携による情報発信

◇イベント名：ツーリズム EXPO ジャパン 2024

会 期：9月26日（木）、27日（金）=業界日、9月28日（土）、29日（日）=一般日

会 場：東京ビッグサイト東展示棟 東5ホール

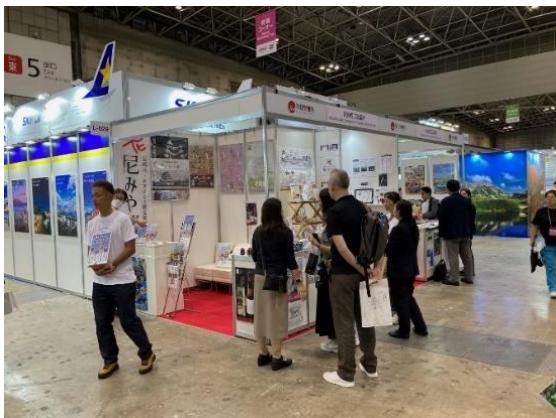
目 的：対業界 尼崎城、尼崎運河クルーズおよび尼崎あんかけチャンポンをフック
に、市の観光コンテンツを紹介するとともに、大阪からのアクセスの良さを周知し、ツ
アー造成等における「大阪+α」として誘客を図る。また、尼みやげ等物産品の紹介・
販売。

対一般 市のイメージアップと誘客促進および、尼みやげ等物産品の紹介・販売。

ブース来訪者：業界日=計約180名 一般日=計約1,100名

（参考：ツーリズム EXPO ジャパン全体来場者数=182,934名）

売 上：157点 136,580円



◇イベント名：第37回グルメ＆ダイニングスタイルショー春2024

（第99回東京インターナショナルギフト・ショー春2025内）

「feel NIPPON 春2025」（主催：日本商工会議所）

会 期：2月12日（水）～2月14日（金）

会 場：東京ビッグサイト東展示場 東3ホール

内 容：尼みやげを中心に物産品の販路拡大を目的としてPRを行った。今年で3年目の出
展。観光局の担当は、レイアウトプラン作成、掲示物制作および陳列（観光局・会
議所分）。その地方でしか入手できないようなレアな商材を探している業者が多か
った。

来訪者：商談者数=25名 試食提供=約450食 パンフレット配布=650セット

（イベント全体来場者数=35,980名）



④ 他自治体等との連携による情報発信

■伊丹市観光物産協会での販売

伊丹市観光物産協会との連携事業として、近隣都市同士の交流と物産の販売促進を目的とし、昨年度よりJR伊丹駅改札横の観光物産ギャラリーにて、尼みやげの取り扱いを開始。あまがさき観光案内所でも伊丹市の商品を販売。

■新潟県見附市での販売

昨年度のイベント時に尼みやげの販売（卸売り）。特にあまらむねの売れ行きが好調であったこともあり、イベント終了後も継続してオリジナルあまらむねを販売して頂いている。



(3) フィルムコミッショナとしての情報発信

HP 内に、これまでロケ支援を行った作品およびロケ地紹介を目的として、特設サイト「あまがさきロケ地めぐり～AMAGASAKI -LOCATION NAVI～」を開設し、テレビドラマ、CM など広くロケ支援を行っている。

<https://kansai-tourism-amagasaki.jp/amagasaki-locationnavi>

【R6 年度撮影協力実績（抜粋）】

撮影日	放送日	作品名	撮影内容	テレビ局等	撮影場所
6月	8月	昔はおれと同じ年だった田中さんとの友情	ドラマ(1話)	NHK	時友長ノ手住宅2
9月	2025.1～	ボラギノール	CM	－	兵庫県立尼崎小田高校
12月	2025.3～	マイティアOL	ネットCM	－	兵庫県立尼崎小田高校
10月	12月	阪神電車オススメ駅前でくわんぽ	TV	ペイコム	尼崎城北側
2025/2/5	2025.3～	伊集院光の偏愛博物館	TV(BS)	BS-TBS	尼崎中央商店街

(4) 映画「あまろっく」公開と連携した情報発信

あまがさき観光局も撮影協力を行った映画「あまろっく」（制作 MBS 企画）が、4 月 19 日より全国公開（兵庫県では 4 月 12 日先行公開）された。作品の大半が尼崎市内で撮影され、多くの地元の企業や市民にも撮影に協力していただいたことから、ロケ地マップの制作・配布や HP 内に特設ページを設置するなど、映画と関連して市の魅力発信および PR を行った。



(5) 媒体掲載による情報発信

【実績一覧】

媒体	媒体名	掲載日、発行日	PV数、発行部数
WEB	兵庫県観光サイトHYOGO！ナビ	2024.3.29	26724
WEB	兵庫県観光サイトHYOGO！ナビ	2024.6.28	1,511
WEB	兵庫県観光サイトHYOGO！ナビ	2024.7.26	3,092
WEB	兵庫県観光サイトHYOGO！ナビ	2024.12.6	13,621
WEB	JCDテストマーケティング (NewsTV)	2024.11.19～30	不明
WEB	Vegetarian Japan Guide	2024.7.29	不明
雑誌	『線輪』 (神鋼鋼線工業社内報)	2024.4	1,415部
雑誌	『線輪』 (神鋼鋼線工業社内報)	2024.7	1,415部
雑誌	『線輪』 (神鋼鋼線工業社内報)	2024.10	1,415部
雑誌	『線輪』 (神鋼鋼線工業社内報)	2025.1	1,415部
雑誌	『りぶる』 (自由民主党発行)	2024.11.15	約180,000部 (月刊誌)
雑誌	『税のたより』 (公益社団法人尼崎納税協会、尼崎納税貯蓄組合連合会発行)	2024.8.1	3,400部
雑誌	日本製鉄尼崎労働組合発行の機関紙	2025.1 (予定)	不明
雑誌	日本関税協会神戸支部尼崎協議会会報	2025.1 (予定)	不明
雑誌	県民だより (神戸版) 2024年5月号	2024.5.1	110万部
雑誌	未来へつなぐ 兵庫 夏の体験～兵庫テロワール旅～	2024.6.7	18万部
雑誌	神戸新聞社発行「奥さま手帳2025年1月号」	2024.12.20	40万部
雑誌	東京兵庫県人会 会報誌「ふるさとひょうご」	2025.2月上旬	1,100部
フリーペーパー	『ホッと！HANSHIN』11月号	2024.10.25～11.24	約10万部 (月刊誌)
フリーペーパー	『ホッと！HANSHIN』4月号	2025.3.25	10万部

(6) パンフレットなど紙媒体の配布による情報発信まとめ (一部抜粋)

総合パンフレット (日本語)	市内：13,210 部	市外：4,610 部	<u>合計：17,820 部</u>
総合パンフレット (多言語)	市内：2,070 部	市外：2,770 部	<u>合計：4,840 部</u>
ぶらり尼さんぽ (イラストマップ)	市内：10,540 部	市外：1,750 部	<u>合計：12,290 部</u>
歩いて巡るあまがさき (ルート紹介)	市内：5,250 部	市外：30 部	<u>合計：5,280 部</u>
尼みやげリーフレット	市内：4,260 部	市外：1,800 部	<u>合計：5,860 部</u>

(7) メールマガジン配信による情報発信

3月末時点での登録者数：492名 BtoB の情報発信を目的として、メールマガジン配信を行った。(8月、11月、2月、3月)

(8) その他イベントにおける情報発信（主要なものを抜粋）

◇5月25日（土）大阪木津市場での出店

内 容：尼崎信用金庫 大国町支店の75周年イベントに合わせて出店。イベントでの酒類販売やキャッシュレス対応など、このイベントより実施を開始した。

売上計=98,700円



◇10月6日（日）尼崎市民まつり

内 容：尼みやげ 16商品の販売およびパンフレット配架。尼崎で獲れた魚の缶詰を初めて販売。（ガシラ、サバ、スズキ、各700円、タコ飯1,000円）

結 果：来店者数=約150人 売上計=152,500円



◇11月17日（日）シルバーフェスティバル

会 場：神戸ハーバーランド スペースシアター

主 催：(公社) 兵庫県シルバー人材センター協会

内 容：尼みやげ 16商品の販売およびパンフレット配架。

結 果：来店者数=約55人 売上計=54,820円



◇3月1日（金）～3日（日）お客様感謝デー@兵庫県信用組合尼崎支店

内 容：兵庫県信用組合の設立記念日に全支店で一斉に開催される地域イベント。

市内の観光地ポスターを制作されるにあたって画像を提供。観光パンフレット等も配架。

4 文化観光推進事業

観光と文化芸術の関係においては、近年、平成 29 年に文化芸術基本法（旧文化芸術振興基本法）が、平成 31 年に文化財保護法が、令和 4 年に博物館法がそれぞれ改正され、文化芸術の観光への積極的な活用が求められるようになった。また、令和 2 年には文化観光推進法が制定され、より一層、文化拠点を観光に活用する地域には一定の補助金が交付されるなど、観光の中で文化コンテンツの重要性が高まっている。

そのような中で、令和 5 年度からあまがさき観光局においても「文化観光推進担当部（事業ディレクター 1、担当者 1）」を設置し、令和 6 年度は引き続き、「制度構築・PR 等」「開明庁舎の賑わいづくり（新たな観光拠点づくり）」「イベントの実施」「事業者等との連携」「商品開発」「観光局オリジナル企画旅行の開発・実施」「出展・観察等」「稼ぐ力の構築」の視点を踏まえ、文化観光コンテンツを活用し、これまで本市の観光として実施できていなかった若い世代を全国から観光客として来てもらうことや土産物産の充実などに取り組み、本市を代表する観光コンテンツを作り上げることができた。

【制度構築・PR 等】

(1) 「あまがさき文化観光アドバイザー」制度の運用及び漫画家・尼子騒兵衛氏、写真家・小林哲朗氏（ともに尼崎市在住）をアドバイザーに委嘱

文化観光の視点に立って地域の個性を磨き、魅力と価値の向上や交流人口の増加、都市イメージの転換を目指す観光地域づくりの取組を積極的、戦略的、効果的に進めることを目的とし文化観光事業に助言をいただくため、あまがさき観光局内に設置した「あまがさき文化観光アドバイザー」制度を運用し、昨年度に引き続き、同アドバイザーに漫画、写真それぞれの分野で全国的に活躍している尼崎出身・在住の漫画家・尼子騒兵衛氏、写真家・小林哲朗氏のお二人に就任していただいた。

○アドバイザーの役割

- ・文化観光イベントに係るアドバイスと協力
- ・文化観光の PR に係るアドバイスと協力

○アドバイザー報酬

無償

○アドバイザー任期

1 年（再任あり）

○アドバイザープロフィール

- ・尼子騒兵衛氏



漫画家。

佛教大学文学部史学科卒。

1994 年まで (株) 電通 関西支社勤務

- ・朝日小学生新聞に『落第忍者 亂太郎』連載 (1986 年～2019 年)。
- ・NHK テレビアニメ『忍たま 亂太郎』OA 開始 (1993 年～) 放映中。
- ・朝日小学生新聞に『亂太郎とめぐるふしきな世界』(2020 年～2023 年) 連載。

代表作

- ・あさひコミックス『落第忍者 亂太郎』全 65 卷 (朝日新聞出版)
- ・幼年童話『らくだいにんじやらんたろう』シリーズ (ポプラ社)
- ・朝日こども百科『亂太郎の忍者の世界』(朝日新聞出版)
- ・あさひコミックス『はむこ参る!』(朝日新聞出版)
- ・ブンブンコミックス『はむこ参る!』原作 (ポプラ社)
- ・『らくご長屋 1～10 卷』イラスト (ポプラ社)

1995 年度 尼崎市民芸術奨励賞受賞

2001 年度 兵庫県芸術奨励賞受賞

2018 年度 尼崎市芸術賞受賞

2021 年 尼崎市にて「尼子騒兵衛展」を開催

・小林哲朗氏



写真家。

尼崎市出身・在住。

主な被写体は工場、路地裏、巨大建造物、地下空間など。その他ポートレートも手掛けるなど、ジャンルを問わず撮影をしている。写真集、ガイド本など 7 冊を出版。撮影の他、カメラ雑誌への執筆、各地で行われる撮影イベントの講師や、フォトコンの審査員、工場写真についての講演会なども行っている。尼崎市では工場夜景閑

連のイベントに協力する他、様々なワークショップや美術イベントでの協力実績がある。

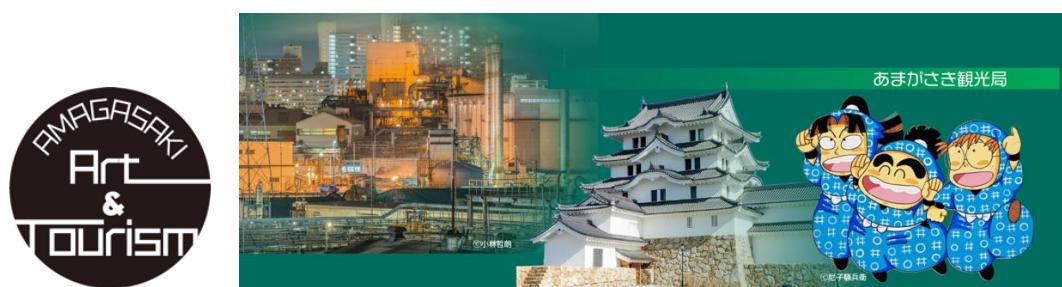
- ・2016 全国工場夜景サミット in 尼崎で記念講演
- ・2016 A-lab にて「魅せる工場展」開催
- ・2016 工場撮影ガイド「夜の絶景写真 工場夜景編」出版（インプレス）
- ・2017 ドローン鳥瞰空撮カレンダー2018 プロジェクト選考委員
- ・2017 写真集「夜の工場百景ドローン鳥瞰写真集」出版（玄光社）
- ・2018 小林哲朗写真事務所を開設
- ・2018 写真集「夜の工場百景～ドローン空撮写真集～」出版（一迅社）
- ・2020 Adobe Lightroom オンラインセミナー講師
- ・2021 工場写真展「瀬戸内の工場がすごいからみてほしい」開催
- ・2022 路地歩きユーチューブ「知らん路地歩く」開始
- ・2023 工場探訪ガイド「行って眺めて撮る！巨大工場探訪ガイド」出版予定（玄光社）

(2) 文化観光公式 X（旧 Twitter）「アート & ツーリズム」の運用

文化観光アドバイザーでもある、尼子騒兵衛氏と小林哲朗氏のメッセージ動画のポストで運営開始。新たなロゴマーク及び尼崎城に尼子・小林両氏の代表作「落第忍者乱太郎」と「尼崎の工場夜景」の画像を添えてデザインにしたヘッダーを作成した。

令和6年度はフォロワーを集めるキャンペーンなどをすることなく、魅力的な事業の実施とその内容をポストすることで、飛躍的にフォロワーを増やすことができた。

ポストした多くの記事には万単位のインプレッションが付き、67万を超えるポストもある。また、令和7年5月には、フォロワー数が観光局の公式 X を上回るなど、立ち上げて2年弱で、尼崎の観光を代表する情報発信メディアにまで成長した。



○開始 2023年8月

○ポスト数 866

○フォロワー数 12,780 (2025年5月末現在)

(3) 写真家・小林哲朗氏が公式 X「アート & ツーリズム」に定期的に市内の話題をポスト

これまで自身の X など SNS において情報を積極的に発信し、多くのフォロワーを抱えているだけではなく、Yahoo などいわゆる情報発信ポータルサイトで何度もトップページに掲載されるなど発信力を持っており、さらに、2022年から始めた YouTube「知らん路地歩く」では収益化にも認定されるなど、SNS で大きな発信力を持っている小林氏が定期的に尼崎の魅

力をポストしていただくことに合意。自身が撮影した尼崎の風景にコメントを添えて発信している。

- 小林氏のフォロワー X=7.5万人、インスタグラム=1.6万人、
- 「アート＆ツーリズム」でのポスト数 132件（2025年5月現在）

(4) 尼子事務所と落第忍者乱太郎キャラクターの独占ライセンス契約を締結

これまでどの事業者、団体ともライセンス契約を締結していなかった尼子騒兵衛氏の「落第忍者乱太郎」のキャラクター使用について、令和5年度に初めて独占ライセンス契約を締結した。令和6年度も引き続き契約を更新し、尼崎の地名が登場人物に多く使われていることから、イベントの実施や商品の開発などで尼子事務所と共同で取り組んだ。

(5) 尼崎城を紹介する学習支援パンフレットを作成

市から委託を受け、尼崎城を社会見学などで訪れる小学生を対象とした尼崎城についてQ&A形式で楽しみながら学ぶことができるパンフレットを企画・編集デザインから印刷まで実施。10,000部を発行した。

小学生に配布しているほか、落第忍者乱太郎のキャラクターたちが登場していることから、年度末からは尼崎城集客のためのキャンペーンにも活用し、来場者を増やすことに寄与した。



(6) NHKで放送された「アニメ 忍たま乱太郎 尼崎へご招待の段」を尼崎城VRシアターで上映に向けた権利関係の調整

市から委託を受け、国民的人気アニメ 忍たま乱太郎で唯一尼崎が舞台となった放送回の番組について、尼崎城で上映できるように NHK、JASRAC、日本脚本家連盟の権利関係者と調整したほか、超横長スクリーンで放映できるよう映像の編集を行った。放送は令和7年4月から実施。



(7) 忍たまミュージカルのキャストが出演する尼崎の観光スポットを紹介する映像を制作

市からの委託を受け、尼崎城のVRシアターで、人気の2.5次元ミュージカル「忍たま乱太郎」のキャストが市内のスポット紹介するオリジナル映像を制作した。

紹介スポット　尼崎城、寺町、あましん世界の貯金箱博物館、魚つり公園、
中央・三和商店街、近松の里、歴史博物館、尼子騒兵衛漫画ギャラリー
尼崎あんかけちゃんぽん

(8) 産経新聞の特集記事連載をコーディネート

産経新聞で4ヶ月にわたり毎月4日連続掲載、計16回、紙面の半ページを使って尼崎の魅力を発信する内容の連載記事について、テーマや取材先を提供するなどコーディネートした。当初の企画は3ヶ月12回であったが、尼崎の魅力を伝えることで、4ヶ月16回に拡大した。

掲載日・内容：

5/21 (火) 「城あり情あり 上々の観光地へ」尼崎城の歴史と今

5/22 (水) 「兵庫県」何するものぞで発展」尼崎が兵庫県へ吸収された、市外局番06の理由

5/24 (金) 「工業都市への未来開いた救世主」尼崎紡績、ユニチカについて

5/25 (土) 「青空取り戻した市民の闘い」公害と『南部再生』について

6/11 (火) 「受け継がれる「縁の下の力持ち」あましんについて

6/12 (水) 「街守り 笑顔を運ぶ水の道」尼崎運河、クルーズについて

6/14 (金) 「海拔0メートルでも安心 水際の番人」尼ロックについて(映画も)

6/15 (土) 「レンズ越しの現在切り撮る」小林哲朗氏、工場夜景、おるね

7/9 (火) 「万人を優しく迎える場所つくる」貴布禰神社

7/10 (水) 「空から見えた日本文化の奥深さ」えびす神社

7/12 (金) 「小さな夢の芽と共に歩む」堂安憂、ジャズドラマー庄本キョウヘイ

7/13 (土) 「歴史裏にあるドラマの舞台」義経伝説、秀吉伝説、茨木童子と渡辺綱伝説

8/20 (火) 「時を超えて愛されつづける劇作家」近松門左衛門

8/21 (水) 「足で描き続けた少年の日の赤」白髪一雄

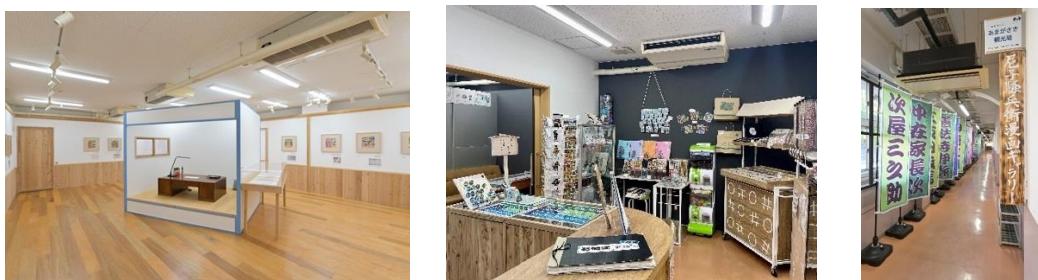
8/24 (土) 「虎エース生んだ運江名の出会い」村山実、江夏豊

8/27 (火) 「キャラクター名に込めた地元愛」尼子騒兵衛



【開明庁舎における賑わいづくり（新たな観光拠点づくり）】

（1）尼子騒兵衛漫画ギャラリーの開設及び運営



令和6年6月28日に開明庁舎1階に国民的人気アニメ「忍たま乱太郎」の原作者・尼子騒兵衛氏の原画を中心に展覧会を開催していく展示室、購買部（物販スペース）、ファン交流サロンで構成する「尼子騒兵衛漫画ギャラリー」を開設。若い女性を中心に全国からファンが訪れる観光拠点となった。来場者の9割以上は市外からで、令和7年5月までの1年弱で来場者は45,000人を超えた。また、ここでしか手に入らないお土産品として市内企業等を開発した商品を販売している購買部では令和6年度4,900万円を超える売上を記録した。

また、廊下に設置したキャラクター幟にも多くの観光客が訪れるフォトスポットになっている。

①あまがさき虹の観光特使の登録・出席制度の実施



尼子騒兵衛漫画ギャラリーの開設を契機として開始。尼崎のPRを行うとともに、再び尼崎を訪れるという"密命"を果たすことを誓い、出席簿に署名いただくことで特使に忍命している。特使に登録いただいた方には、出席カードを発行するほか、落第忍者乱太郎のキャラクターがデザインされたウェルカムカードや、尼子騒兵衛氏描きおろしの寺町マップや市内の地名マップなどをお渡ししている。初めは一年生から始まり、出席（購買部内の特使コーナーを訪れる）いただくごとにカードにスタンプがたまっていく。5回出席すると、二年生に進級し、その後六年生まで進級でき、最後は卒業となる。この制度で楽しみながら、遠方から尼崎に何度も足を運んでもらう仕

組みにつながっている。

- ・登録者数 市外 14,736 忍、市内 715 忍（令和 7 年 6 月 1 日時点）
- ・卒業者数（30 回出席） 市外 19 忍

②展覧会の開催

▷「乱太郎とめぐるふしきな世界原画展」

開催期間：令和 6 年 6 月 28 日～11 月 17 日

※ギャラリーと尼崎城で展示



▷「本になった原画の世界展」

開催期間：令和 6 年 12 月 7 日～令和 7 年 4 月 6 日

（6 月 1 日まで会期延期）



③物販

開発した商品（※は市内企業と共同開発）

- ・キャラクターコースター（31種類）※
- ・ジグソーパズル（10種類）※
- ・キャラクターマグネット（31種類）※
- ・アクリルキーホルダー（11種類）※
- ・乱太郎どら焼き※
- ・むぎチョコ（オリジナルスリーブ付き）※
- ・小松田の小松菜※
- ・ポストカード（56種類）
- ・クリアファイル（4種類）
- ・クリアカード（4種類）
- ・ステッカー（2種類）
- ・リングノート（2種類）
- ・ドリンク（オリジナルスリーブ付き）
- ・ミニタオル
- ・ご登城証（6種類）
- ・チケットホルダー
- ・ショッパー
- ・書籍（受託販売）



（2）尼崎市開明 rooms の開設及び運営

開明庁舎の旧倉庫を改装して、尼崎ゆかりのアーティストや現代美術、若手参加の展覧会などを開催するスペースを開設し、南側ロビーと連動して、展覧会を開催した。

こけら落としの「没後20年特別展 中島らもぼくのうまれたまち」では全国から出版、

演劇、音楽などジャンルの関係者を含め 3860 人の来場者があり、観光拠点としての一翼を担った。開催した展覧会は次の通り

① 「没後 20 年特別展 中島らも ぼくがうまれたまち」



会期：令和 6 年 12 月 7 日～1 月 19 日（2 月 2 日まで会期延長）

来場者：3,860 人

関連のトークイベントでは、当初の予定を大きく上回る 111 人の来場者が集まった。

② 「記憶のつづき」

大阪公立大学大学院都市経営研究科アートとまちづくり研究会と共に阪神淡路大震災 30 年を契機にした展覧会を開催。



会期 令和 7 年 2 月 21 日～3 月 2 日

来場者 548 人

③ 「あまトリ・アルバム」展



参加型フォトイベント「あまトリ」（詳細は【イベントの実施】参照）の応募全作品を展示する「あまトリ・アルバム展」を開催。

会期：令和7年3月8日～3月23日

来場者：1855人

【イベントの実施】

(1) 参加型フォトイベント「あまトリ」の開催



令和6年11月14日から20日の1週間にあいだに撮影された作品を募集する参加型フォトイベント「あまトリ」を開催した。期間中には木村伊兵衛賞を受賞するなど日本を代表する浅田政志氏や尼崎在住で活躍している小林哲朗氏ら写真家や写真整理のプロによる9つのワークショップを開催したほか、普段非公開の場所など限定フォトスポット7箇所を公開し、そこでの撮影会を実施し、参加者それぞれの視点から尼崎の魅力を切り取り、まちを楽しむ機会を設けた。応募作品は大賞以下受賞作を決定したほか、全ての参加者からの応募作品を展示する「あまトリ・アルバム」、審査員によるトークイベントなどを開催し、何度も尼崎に訪れてまちの魅力を皆で共有イベントになった。

【概要】

・参加費：550円（税込）

・賞品

大賞(1名) 賞金10万円（うち3万円は電子「あま咲きコイン」）

ベイコム特別賞(1名) 賞金7万円（うち2万円は「あま咲きコイン」）

準大賞(2～3名) 賞金5万円（うち2万円は「あま咲きコイン」）

ほか、キッズ賞、スマホ賞、ティーンズ賞、ほほえみ賞、審査員賞、協賛企業賞

・審査員

浅田政志氏（写真家、木村伊兵衛賞受賞）

小林哲朗氏（写真家、あまがさき文化観光アドバイザー）

吉川直哉氏（写真家、大阪芸術大学教授）

若狭健作氏（都市・地域プランナー、(株)地域環境計画研究所代表取締役）

三宅奈緒子氏（ラジオパーソナリティ）

▷ワークショップの内容

プロの指導のもと、尼崎ならではの写真の撮影や、撮影後の写真の管理について学べる9つのワークショップを実施した。

- A 第一敷島湯で楽しい撮影会（講師：浅田 政志氏／写真家）
- B “おいしい”カフェ写真（講師：川本 まい氏／写真家）
- C 選ぶ、残す、楽しむ写真講座（講師：窪山 洋子氏／（社）写真整理協会顧問）
- D 工場夜景撮影ツアー（講師：小林 哲朗氏／写真家、あまがさき文化観光アドバイザー）
- E スマホ限定！「SNS 発信力強化」撮影ツアー（講師：小林 哲朗氏）
- F 路地あるき、ねこ探し「おるね」（講師：小林 哲朗氏）
- G 阪神電車のある街 in 尼崎（講師：森 誠氏／写真家）
- H 激走！ボートレース尼崎（講師：森 誠氏／写真家）
- I スマホで撮る「カメラオブスキュラ」に挑戦！（講師：吉川 直哉氏／写真家）

▷限定フォトスポットの場所

- 1 消防局訓練場
- 2 市役所本庁舎屋上
- 3 尼ロックも通る「運河ナイトクルーズ」
- 4 尼子騒兵衛漫画ギャラリー
- 5 中央図書館書庫
- 6 田能遺跡（高床式倉庫内も含む）
- 7 尼崎城日替わりライトアップ

受賞作品

大賞 中山 弥咲「尼崎の親父」



特別協賛ペイコム賞 匿名希望「娘の成長」



準大賞（3名） 中西 宏明「きてね」



中本翔平「RAMO」



横田 治容「ケロリンな笑顔」



スマホ賞 匿名希望「水産仲卸店舗」



ほほえみ賞 匿名希望「おすしだいすき」



キッズ賞（2名）匿名希望「ケーキの怪獣②」



匿名希望「おほしさま」



ティーンズ賞 ト部 悠生「鋸びた賑わい」



審査員賞

①浅田政志賞 匿名希望「お背中流しましょうか？」



②小林哲朗賞 丸山 彩子「あまトリ」



③三宅奈緒子賞 宮本 元太郎「仕事終わり！」



④吉川直哉賞 匿名希望「古の開明小学校」



⑤若狭健作賞（1名）大山 崇寛「おっちゃんこれなんぼ？300 まんえん！」

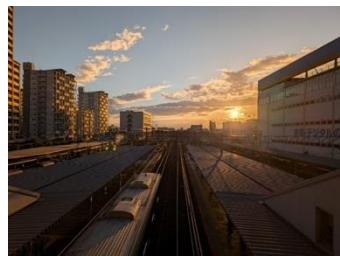


協賛企業賞

①大阪チタニウムテクノロジーズ賞 山本 秀雄「職住近接の街 尼崎」



②あまがさきキューズモール賞 上田 雅明「尼の朝焼」



③丸一興業賞 堀 廣一「フォッグアタック」



▷あまトリ・アルバム展

【再掲 開明 rooms イベント参照】

▷トークイベント

審査員によるトークイベントを開催

3月16日午後6時半～8時

(開催結果)

エントリー 168人

応募作品 335点

ワークショップ参加者 90人

フォトスポット参加者 16人

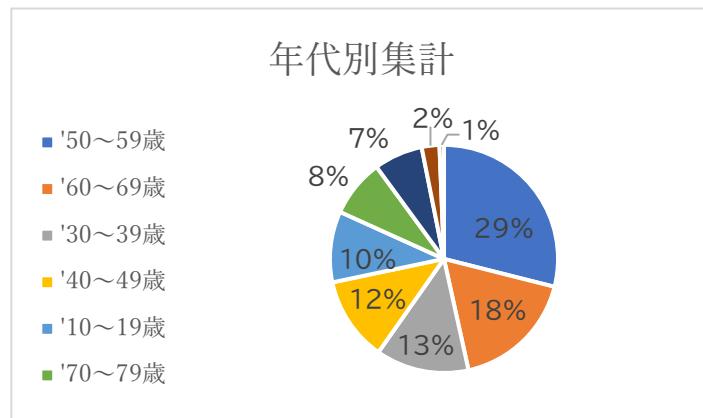
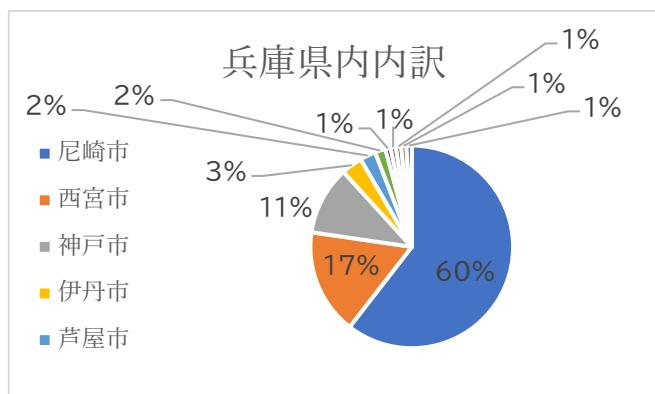
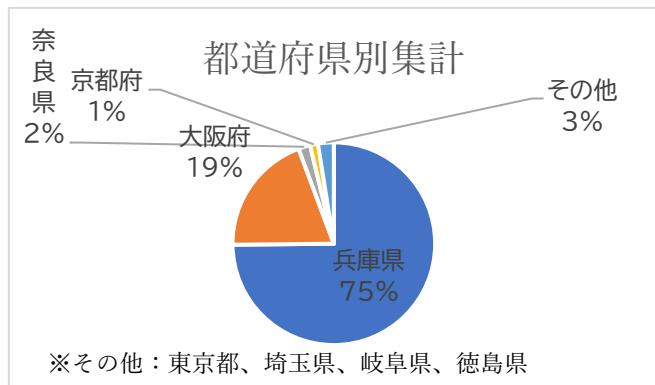
あまトリ・アルバム展来場者 1855人

トークイベント参加者 40人

<コンテスト応募者内訳>

当初の見込み通り、何度も尼崎を訪れていただくことを目標したイベントで尼崎を中心に戸神間が中心。年代は50代が中心であるものの、各世代から満遍なく応募があ

り、スマートフォンの普及とともに写真を撮るというイベントが広い層の参加を呼びかけるものに相応しいことがわかる。



(2) 落第忍者乱太郎×リアル謎解きゲーム「アマナゾ」



謎解きキットの情報を元に、尼崎城をはじめとした阪神尼崎周辺エリアを実際に周遊しながら、指示された場所にある情報を見てキットにかかれた謎を解き、ゲームクリアを目指すもの。謎解きに落第忍者乱太郎のキャラクターを登場させることで乱太郎ファン・謎解きファンも取り込むことができ、来街者の増加につなげることができた。経費は阪神尼崎駅周辺まちづくり共同事業体（阪神園芸株）と折半。当初3,000部を予定していたが、好評につき増刷を重ね、令和5年6月～令和7年6月で9,497部販売し、大きな収益を上げる観光事業となった。

(3) 乱太郎とめぐるふしぎな世界 朗読会の開催

尼子騒兵衛漫画ギャラリーで開催していた「乱太郎とめぐるふしぎな世界」展と連動して、人気2.5次元ミュージカル「忍たま乱太郎」の出演俳優2人をお迎えした展示作品の朗読会を小田南生涯学習プラザで開催した。

応募は先着順でネットで受け付けたが、開始50秒で完売するなどとも、参加者は全国から尼崎に集まり、観光事業として非常に効果的なイベントとなった。

また、当日会場では、市内企業によるケータリングサービスを発注し、市内企業の稼ぐ力に貢献した。

- ・開催日 令和6年7月27日
- ・参加者 100人
- ・料金 3,500円
- ・出演 ミュージカル「忍たま乱太郎」

潮江文次郎役・渡辺和貴氏 食満留三郎役・前内孝文氏

アンケートの結果

居住地：市内1人、市外47人（その他兵庫県8（尼崎以外）、大阪府9、東京都7、愛知県5など）

満足度：非常に満足42人、満足5人、普通1人

宿泊有無：宿泊13人（27.1%）※うち市内宿泊は7人、日帰り35（72.9%）

消費額：～1,000円 14（29.2%）

1,001円～5,000円 15（31.3%）

5,001円～10,000円 10（20.8%）

10,001円～15,000円 6（12.5%）

それ以上 3（6.2%）

(4) はんしんまつりで「鉄道模型で遊ぼう会」とコラボして、尼崎城1階でNゲージ運転体験会を開催

日時 令和6年11月9日

体験者144人、保護者等を含めて約631人が有料ゾーンへ入城。

（当該月の中で最多入場数日となった）

実施に当たってはすべてボランティアグループと協働で取り組むことでコストを抑えた。

(5) 芥川賞作家・松永 K 三蔵氏講演会を開催



中央図書館と共に、令和6年に『バリ山行』で芥川賞を受賞した作家・松永 K 三蔵氏の講演会を開催。松永氏は幼少期に尼崎に居住し、大学卒業後は10年以上尼崎市内で勤務していた。フライヤーデザイン等ビジュアル関係は観光局文化観光推進担当部で行い、企画・運営は中央図書館が担当した。

申込み初日の午前中に定員を上回り、増員したが、初日に満席となる人気講演会となつた。

- ・日時 令和7年3月29日（土）午後2時～3時
- ・会場 尼崎市立中央図書館
- ・参加者 60人

(6) 小林哲朗流“まち写真の楽しみ方 おるね的まち歩き＆工場夜景撮影・鑑賞会ツアー」を企画・運営・実施



「工場夜景の日」に工場夜景写真の第一人者でもある小林哲朗さんを講師に、観光局オリジナルツアー第3弾（として実施。過去2回は市内旅行社と募集型企画旅行として実施したが、今回はまち歩きがメインのため観光局単独で開催。今回は、地元の社会福祉連絡協議会に協力を得て実施。これまで同様、参加費ですべて事業費が賄え、ツアー単体で黒字化することを目的にもして実施し、達成した。

今回のツアーの様子は映像作品としても制作し、今後のまち歩きツアーのPRなどに活用していく。

- ・日時 令和7年2月23日（工場夜景の日）14時～20時半

- ・参加費 5,000 円
- ・参加者 15人

【事業者・他自治体等との連携、商品開発】

(1) 淡路屋と尼崎オリジナル弁当を開発



新たに淡路屋が始めるマンホール弁当シリーズに、尼崎のマンホールをデザイン（トンボ柄）をした弁当箱に、御当地メニュー（尼崎あんかけちゃんぽん）のレシピの弁当を淡路屋と商品開発を行った。令和7年夏ごろより販売を開始予定。

(2) 落第忍者乱太郎のキャラクターをコンセプトにした尼崎オリジナル土産としてオリジナル商品を共同開発

- ・竜屋遊亀 乱太郎どら焼き
- ・丸一興業株式会社 コースター（31種類）、ジグソーパズル（10種類）
- ・有限会社中野製作所 マグネット（31種類）、アクリルキーホルダー（11種類）
- ・高瀬味噌販売株式会社 小松田の小松菜
- ・高岡食品工業株式会社 麦チョコ（オリジナルスリーブとして販売するためのチョコの供給

(3) 映画「忍たま乱太郎 ドクタケ忍者隊 最強の軍師」公開に伴ったキャンペーン

14年振りに「忍たま乱太郎」の新作劇場映画「忍たま乱太郎ドクタケ忍者隊最強の軍師」が公開されることに伴って、NHK エンタープライズや松竹との調整を行うなど各社が実施するプロモーションイベントに協力した。



<JR 西日本>

デジタルスタンプラリー実施にともない、尼崎市内のスポットの調整を行ったほか、周知ポスターやフライヤーを設置した。

期間：令和6年12月7日（土）～令和7年2月14日（金）

<JR 東海>

東海道新幹線限定のボイスドラマ配信を聴いた方に、尼崎城で限定ノベルティを渡すことについて協力した。

期間：令和6年12月1日（日）～令和7年2月14日（金）

<阪神バス>

阪急阪神ホールディングス株式会社が提供するスマートフォン向けアプリ「HH cross TOWNS」からコラボデジタル乗車券が販売され、アプリ内の引換券を尼子騒兵衛漫画ギャラリー受付でご提示いただいた方にオリジナルコラボ路線図を渡すことについて協力した。（キャラクター名とゆかりのあるエリアのバス停が特別にコラボ装飾されるなどの展開もなされた）

期間：令和6年12月10日（火）～令和7年2月28日（金）



(4) c + Pod 乱太郎ラッピングカーの PR

カーシェア使用者に乱太郎オリジナルステッカーを配布し、EV カーの普及、カーシェアリングの普及に引き続き取り組んだ。（ラッピングカーデザイン、施工、ステッカーデザイン、作成は市役所環境創造課から委託を受け、令和6年度にあまがさき観光局が実施。）

・実施期間 令和5年12月1日～令和6年1月31日（好評につき、その後ライセンス契約を締結して継続中）



- (5) 九度山町真田ミュージアムによる「落第忍者乱太郎原画と忍者コレクション展」開催に際し、尼子騒兵衛氏所蔵の忍者道具を収蔵している同ミュージアムと交流し、相互PRした。



・展覧会開催期間 令和6年7月18日～9月1日

- (6) 石巻市石ノ森漫画館と令和7年度の展覧会開催にむけて、企画内容や運営方法等について協議した。

・開催期間：令和7年秋～令和8年初旬

- (7) 工場夜景都市協議会の加盟都市である飛島村で開催する「とびしマルシェ」に尼崎の土産物を卸してPRした。



・日時 令和7年3月16日（日）10時～15時
 ・場所 飛島村役場

【観光局オリジナル企画旅行の開発・実施】

- (1) 「小林哲朗流“まち写真の楽しみ方 おるね的まち歩き & 工場夜景撮影・鑑賞会ツアー」を企画・運営・実施（再掲）

今後、大手旅行社では採算的に実施が難しい小規模のオリジナルツアーを観光局主体で

旅行として実施することに向けて、料金設定、内容、ニーズ把握、事務量などについて実践を通じて検証した。

【出展・視察等】

(1) マンガ&アニメ ツーリズム EXPO に出展



兵庫県のブースで尼子騒兵衛漫画ギャラリーが出展

- ・開催日 令和6年11月9日（土）、10日（日）
- ・会場 中池袋公園
- ・物販売上 371,420円

(2) お城 EXPO に出展



尼崎城 PR、物販、Xフォローキャンペーン、ノベルティ配布。お城 EXPO を記念したご登城記念証（御城印）を6種類作成・販売

ご登城証は EXPO 後尼子ギャラリーで販売し6種類ともすべて完売した。

- ・開催日 令和6年12月21日（土）、22日（日）
- ・会場 横浜市パシフィコ横浜ノース
- ・来場者 20,754人
- ・物販売上 357,890円

(3) ツーリズム EXPO に出展

全国工場夜景都市協議会で出展。PR、Xフォローキャンペーン、ノベルティ配布



- ・開催日 令和6年9月27日（金）～29日（日）
- ・会場 東京ビックサイト
- ・来場者 182,900人

(4) はんしんまつり出展



尼崎城 PR、物販、環境創造課とタイアップして EV カーPR、X フォローキャンペーン

- ・開催日 令和5年11月19日
- ・会場 尼崎城址公園
- ・物販売上 36,570円

(5) ベイコム 20周年感謝祭に出展



尼崎城・尼子騒兵衛漫画ギャラリーPR、物販、環境創造課が EV カーPR

- ・開催日 令和6年11月4日
- ・会場 ベイコム総合体育館メインアリーナ、屋外広場
- ・物販売上 10,950円

(6) 寺町 MAP 増刷

残部数が僅少になったこともあり、内容を一部リニューアルして増刷した。

(7) あまトリ実施に向けて参加型フォトイベント「撮りフェス in 室蘭」を視察

尼崎に来て、住んで写真を撮って、応募する参加型フォトイベントを観光事業として実施するため、24時間滞在型フォトイベントという先進的な事業を実施している「撮りフェス in 室蘭」を視察した。

(8) 全国工場夜景サミット及び全国工場夜景都市協議会総会に参加

東海市で開催したサミット、千葉市で開催した総会に参加し、全国工場夜景都市協議会の今後の活動について協議したほか、富士市の工場夜景を視察した。

<総会>

・開催日 令和6年6月3日（月）

・会場 千葉市役所

<サミット>

・開催日 令和6年10月12日（土）

・会場 東海市芸術劇場

【稼ぐ力の構築】

観光事業における地域の「稼ぐ力」を構築するとともに、一般社団法人あまがさき観光局の経済的な自立を目指して、▷オリジナル商品を開発した物販収入▷協賛金収入▷参加者負担金収入▷受託業務収入で、大きな収入を得ることができた。

また、地域の稼ぐ力では、尼子騒兵衛漫画ギャラリーで販売する共同開発商品が利益を生み出し、新たな設備投資を行う事業者がいるなど、観光局の取り組みによって、地域の経済にいい影響を与えていている。

[物販]

(1) 尼子騒兵衛漫画ギャラリー 3,800万円(6,300万円) ()は令和7年3月末まで

(2) イベント出展 78万円

[協賛金]

(1) 参加型フォトイベント「あまトリ」

特別協賛 1,100,000円(ペイ・コミュニケーションズ)

企業賞協賛 150,000円

(あまがさき Q's キューズモール、大阪チタニウムテクノロジーズ、丸一興業)

(2) 尼子騒兵衛漫画ギャラリーの運営協賛 440,000円

(尼信、東急不動産 SC あまがさきQ's モール、ペイ・コミュニケーションズ、丸一興業)

[入場料・参加者負担金]

以下の事業について入場者、参加者から料金を徴収して収入の確保に努めた

(1) 尼子騒兵衛漫画ギャラリー入場料 300万円(420万円) ()内は令和7年5月まで

(2) あまトリ エントリー費、ワークショップ参加費 約27万円

(3) 朗読会参加費 約35万円

(4) アマナゾキット 約580万円

[受託業務]

(1) 尼崎城展覧会企画・制作業務 2,200,000円

(2) 尼崎城城址公園魅力向上事業 16,280,000円

II その他会計

1 物産品等卸売販売事業

あまがさき観光局が開発した商品やあま土産認証商品等尼崎市にゆかりのある商品を観光案内所や尼崎城売店、Q's モール阪神百貨店(あまがさき阪神)、市内外イベントでの出張販売など積極的に販売活動を展開した。

令和5年度から急激に収益が増えているが、そのほとんどを人件費に充てているので収支差額(経常増減額)は少ないものの、収益増は市内ゆかりの商品が順調に売れていると言えるので地域経済活性化の一助となっていると考えられる。

	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度
収益	4,704,458	4,087,091	13,173,568	13,182,839
費用	4,230,353	3,930,472	9,469,360	12,463,278



2 自転車駐車場事業

阪神尼崎駅周辺の自転車駐車場を運営により阪神尼崎駅周辺の不法駐輪対策や環境美化を図り、市内外から多くのを迎える人を迎え入れる阪神尼崎駅周辺を美しく保つことによって観光事業に寄与する。

収益事業として駐輪場の運営収益に係る 5%及び土地使用料を収入とするが、道路計画により道路管理者に駐輪場占有地を返還やパチンコ店の廃業により店舗を解体したため店舗周辺の駐輪場を一部撤去し、収益が減った。

自転車用 499 台→342 台、原付用 18 台、自動二輪車用 16 台

収入(土地使用料、駐輪場運営収益) 3,438,626 円(令和 5 年度 4,759,316 円)

事業費(人件費、占用料、事務経費) 3,432,415 円(令和 5 年度 4,477,448 円)

3 開明庁舎管理事業

開明庁舎の管理者である尼崎市より、庁舎の管理業務を受託。

収入(受託料) 3,410,000 円

事業費(人件費、修繕料等) 3,408,257 円

4 てらまちプロジェクト事業

「てらまちプロジェクト協議会」に開明庁舎 2 階を貸し出し「場と機会」を提供することによって、ワークショップの開催など市内外から開明庁舎を訪れる人々による交流の場を生み出し活性化に寄与する。地域の団体や事業者とともに観光地域づくりを推進する。

収入 (てらまちプロジェクト使用料) 1,700,598 円

事業費(庁舎使用料) 1,700,598 円

5 文化観光物産品事業

尼子騒兵衛漫画ギャラリーで販売する共同開発商品が利益を生み出し、新たな設備投資を行う事業者がいるなど、地域経済の活性化に好影響をもたらしている。

尼子騒兵衛漫画ギャラリー物販、イベント出店、尼子騒兵衛漫画ギャラリー入場料

P48③、P58 再掲

収入 49,050,488 円

事業費 33,589,820 円

6 その他事業

市からの委託業務事業。

収入	25,639,900 円
事業費	22,875,948 円

開明庁舎観光拠点づくり関係業務委託 660,000 円 P48②再掲

尼崎城址公園魅力向上事業業務委託 16,280,000 円 P45⑦再掲

尼崎城企画展制作業務委託 2,200,000 円 P47②再掲

大阪関西万博関連事業業務委託 6,499,900 円 P15(6)再掲

III 法人会計

1 法人運営事業

当法人の活動が、地域産業の活性化、地域の稼ぐ力を高めていくための取組となるよう、関係団体と連携を図り、円滑な法人運営を行うために必要な理事会・社員総会の開催を行った。

(1) 理事会及び社員総会の実施

理事会・総会	開催日	議案
第1回理事会 (書面決議)	令和6年7月16日	<ul style="list-style-type: none">・令和5年度事業報告及び決算報告に関する件・令和6年度第1回社員総会の招集等に関する件
第1回社員総会 (書面決議)	令和6年7月31日	<ul style="list-style-type: none">・令和5年度事業報告及び決算報告に関する件・社員総会の決議があったものとみなされる日の決定の件
第2回理事会 (書面決議)	令和7年3月28日	<ul style="list-style-type: none">・令和7年度事業計画及び収支予算承認の件・社員総会の決議があったものとみなされる日の決定の件
第2回社員総会 (書面決議)	令和7年3月31日	<ul style="list-style-type: none">・令和5年度事業計画及び収支予算承認の件・理事の選任に関する件・社員総会の決議があったものとみなされる日の決定の件

令和6年度 決算報告書

令和6年度決算報告書 貸借対照表			
科 目	当 年 度	前 年 度	(単位：円) 増 減
I 資産の部			
1. 流動資産			
流動資産			
現金預金	34, 023, 892	39, 185, 160	△5, 161, 268
未収金	46, 943, 902	4, 180, 900	42, 763, 002
前払金	△137, 485	1, 698	△139, 183
立替金	9, 662	16, 042	△6, 380
商品	4, 419, 975	2, 233, 542	2, 186, 433
流動資産合計	85, 259, 946	45, 617, 342	39, 642, 604
2. 固定資産			
その他固定資産			
出資金	51, 200	51, 200	0
その他固定資産合計	51, 200	51, 200	0
固定資産合計	51, 200	51, 200	0
資産合計	85, 311, 146	45, 668, 542	39, 642, 604
II 負債の部			
1. 流動負債			
流動負債			
未払金	51, 619, 424	27, 287, 311	24, 332, 113
前受金	2, 327, 600	1, 706, 900	620, 700
預り金	432, 014	533, 544	△101, 530
流動負債合計	54, 379, 038	29, 527, 755	24, 851, 283
負債合計	54, 379, 038	29, 527, 755	24, 851, 283
III 正味財産の部			
1. 基金			
基金			
基金	10, 000, 000	10, 000, 000	0
基金合計	10, 000, 000	10, 000, 000	0
2. 一般正味財産			
(1)一般正味財産	20, 932, 108	6, 140, 787	14, 791, 321
正味財産合計	20, 932, 108	6, 140, 787	14, 791, 321
負債及び正味財産合計	85, 311, 146	45, 668, 542	39, 642, 604

令和6年度決算 正味財産増減計算書

(単位：円)

科 目	当 年 度	前 年 度	増 減
I 一般正味財産増減の部			
1. 経常増減の部			
(1) 経常収益			
事業収入	96,346,686	24,564,580	71,782,106
補助金収入	53,741,572	52,965,895	775,677
負担金収入	388,450	1,364,000	△975,550
雑収益	104,041	1,731,183	△1,627,142
協賛金収入	1,680,000		
経常収益計	152,260,749	80,625,658	71,635,091
(2) 経常費用			
事業費	128,865,933	70,992,879	57,873,054
管理費	2,662,295	6,036,609	△3,374,314
経常費用計	131,528,228	77,029,488	54,498,740
当期経常増減額	20,732,521	3,596,170	17,136,351
2. 経常外増減の部			
(1) 経常外収益			
経常外収益計	0	0	0
(2) 経常外費用			
経常外費用計	0	0	0
当期経常外増減額	0	0	0
税引前当期一般正味財産増減額	20,732,521	3,596,170	17,136,351
法人税、住民税及び事業税	5,941,200	858,000	5,083,200
当期一般正味財産増減額	14,791,321	2,738,170	12,053,151
一般正味財産期首残高	6,140,787	3,402,617	2,738,170
一般正味財産期末残高	20,932,108	6,140,787	14,791,321
II 指定正味財産増減の部			
当期指定正味財産増減額	0	0	0
指定正味財産期首残高	0	0	0
指定正味財産期末残高	0	0	0
III 基金増減の部			
当期基金増減額	0	0	0
基金期首残高	10,000,000	10,000,000	0
基金期末残高	10,000,000	10,000,000	0
IV 正味財産期末残高	30,932,108	16,140,787	14,791,321

財務諸表に対する注記

1 消費税等の会計処理

消費税等の会計処理は、税込方式によっている。

2 棚卸資産の評価基準及び評価方法

棚卸資産は、最終仕入原価法によっている。

3 補助金の内訳並びに交付者、当期の増減及び残高

補助金の内訳並びに交付者、当期の増減及び残高は、次のとおりである。

(単位：円)

補助金の名称	交付者	前期末 残高	当期増加額	当期減少額	当期末 残高	貸借対照表 上の 記載区分
尼崎版観光地域 づくり推進事業 補助金	尼崎市	0	48,741,572	48,741,572	0	—
地域観光新発見 事業補助金	国 (観光庁)	0	5,000,000	5,000,000	0	—

附属明細書

1 基本財産及び特定資産の明細

該当なし。

2 引当金の明細

該当なし。

令和6年度決算報告 財産目録

				(単位:円)	
貸借対照表科目		場所・物量等	使用目的等	金額	
(流動資産)	預金	普通預金 尼崎信用金庫本店営業部	運転資金として	34,023,892	
	未収金	各事業に係る未収金		46,943,902	
	前払金	保険料に係る前払金		△137,485	
	立替金	その他立替金		9,662	
	商品	あまらむね等		4,419,975	
流動資産合計				85,259,946	
(固定資産)	出資金	保険加入に係る出資金	事業継続に係る出資金	1,200	
		酒販小売業組合加入金	組合加入金	50,000	
固定資産合計				51,200	
資産合計				85,311,146	
(流動負債)	未払金	各事業に係る未払金	事業継続に係る業務委託等	51,619,424	
	前受金	自転車駐車場利用券前受金	収益事業の前受金	2,327,600	
	預り金	源泉所得税等預り金	源泉所得税の預り金	169,336	
		法定福利費預り金	社会保険の預り金	262,678	
流動負債合計				54,379,038	
負債合計				54,379,038	
正味財産				30,932,108	