

【部局横断的課題：都市魅力創造】 府民文化部、環境農林水産部、都市整備部

遂行目標 (プロセス)	業績目標 (結果)
<p>【 戦略課題の目標 】</p> <p>大阪のまちの魅力を創り育て、発信し、大阪を明るく元気にする</p> <p>< 目指すべき姿 ></p> <ul style="list-style-type: none"> ・大阪をよりよく生きることのできるまちに ・若い力とビジネスチャンスをもっと大阪・関西に ・府民が「明るく」「楽しく」「わくわく」し、大阪を恋しくなるまちに 	<p>【 アウトカムの数値目標 】</p> <p>府民の大阪への「愛着心」や「活気・にぎわい」などの満足度により効果を測定</p> <ul style="list-style-type: none"> ・大阪に愛着を感じている府民の割合 <めざそう値> (72.8 75%) ・大阪は楽しいまちだと思っている府民の割合 <めざそう値> (67.6 75%) ・外国人観光客が増えてまちや商いに活気が出てきたと思う府民の割合 (60%)
<p>【 施策推進上の目標 】</p> <p>大阪の「魅力」アップを図ります</p> <p>1. 「水の都・大阪」の再生 水都大阪 2009 の開催【H21.8～10】</p> <p>水都大阪 2009 に向けた水辺整備【H21.8】 水の回廊に繋がる寝屋川流域の水質改善</p> <p>2. 「ミュージアム都市 大阪」の推進 御堂筋イルミネーションの本格実施【H21.12～22.1】 御堂筋 kappo の開催【H21.10】 大阪ミュージアム特別展の開催【年間 20 回】 「石畳と淡い街灯まちづくり支援事業」の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・モデル地区を新たに 3 地区指定し【H21.6】、5 地区全てでまちづくりに着手【H22.3】(事業期間 H20～H23) 生駒山系花屏風の推進 【サクラ等の植栽 1,000 本】 など <p>3. 「みどりの風を感じる大都市」の実現に向けた取組み</p> <ul style="list-style-type: none"> ・みどりづくりの推進方策等を取りまとめ、都市整備部のアクションプランを策定【H22.3 策定】 <p>大阪の魅力を「世界に PR」します 東アジアをターゲットとした観光プロモーションの実施【年間 4 回】 上海万博への大阪出展成功に向けた着実な取組【企業協賛金 1 億円以上】</p>	<p>【 アウトプットの数値目標 】</p> <p>内外から多数の人を呼び込みます</p> <p>水都大阪 2009 来訪者数 100 万人 (52 日間)</p> <p>寝屋川流域の全基準点で環境基準を達成 (H23 年度) (H19)9/16 箇所 (H23)16/16 箇所</p> <p>御堂筋イルミネーション 来訪者数 150 万人 + 御堂筋 kappo 来場者数 40 万人 大阪ミュージアム特別展 参加者数 10 万人</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 10px 0;"> <p>モデル地区 5 地区選定のうえで、業績目標を設定</p> </div> <p>花の名所創出 5 地区</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 10px 0;"> <p>アクションプランに基づき、次年度以降、業績目標を設定</p> </div> <p>来阪外国人観光客数 222 230 万人</p> <p>上海万博事前広報件数・マスメディア件数 (20 件)</p>

【大阪のまちの魅力を創り育て、発信】
 ~ 府民に「明るく」「楽しく」「わくわく」を約束します ~

遂行目標 (プロセス)	業績目標 (結果)
<p>【 戦略課題の目標 】</p> <p>大阪のまちの魅力を創り育て、発信し、大阪を明るく元気にします。</p> <p>《めざすべき姿》</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 大阪をよりよく生きることのできるまちに。 ・ 若い力とビジネスチャンスをもっとひきつける大阪・関西に。 ・ 府民が「明るく」「楽しく」「わくわく」し、大阪を恋しくなるまちに。 	<p>【 アウトパルの数値目標 】</p> <p>府民の大阪への「愛着心」や「活気・にぎわい」などの満足度により効果を測定します。</p> <p>大阪に愛着を感じている府民の割合 めざそう値 (H19 72.8 75%)</p> <p>大阪は楽しいまちだと思っている府民の割合 めざそう値 (H19 67.6 75%)</p> <p>御堂筋イルミネーションを見てよかったと感じた人の割合 (80%)</p> <p>「水都」といえば「大阪」と考えている府民の割合 (70%)</p> <p>外国人観光客が増えてまちや商いに活気が出てきたと思う府民の割合 (60%)</p> <p>上海万博における大阪の出展を知っている府民の割合 (60%)</p>
<p>【 施策推進上の目標 】</p> <p>1 . イベントの開催などを通じて、都市魅力の向上をめざします。 御堂筋イルミネーションの本格実施 1億円の寄附を確保し、日本最長・最大級のイルミネーションで他都市を圧倒する美しい光のまちに (H21.12~22.1 調整中)</p> <p>大阪ミュージアム特別展の開催 21年度は河内地域を中心に地域の魅力づくりを推進 (年間20回)</p> <p>水都大阪 2009 の開催 「水都大阪」を府民共通のブランドイメージに (H21.8~10)</p> <p>御堂筋 kappo (H21.10)、大規模スポーツイベントの開催 様々なイベントの開催を通じて、新たな出会いと感動を共有</p> <p>2 . 大阪の魅力を「世界にPR」します。 アジアをターゲットにした効果的な観光プロモーションの実施 アジアへのトッププロモーション(3回)や近隣府県等との連携による観光プロモーション(1回)を展開</p> <p>来年開催の上海万博への大阪出展成功に向けた着実な取り組み 1億円以上の協賛金確保と府民にわかりやすい広報を実施</p>	<p>【 アウトパットの数値目標 】</p> <p>内外から多数の集客を図るなどにより、組織目標の達成をめざします。</p> <p>御堂筋イルミネーションの来訪者数 (150万人+) [参考] 光のルネサンス来訪者数 (H20 138万人)</p> <p>大阪ミュージアム特別展への参加者数 (10万人)</p> <p>水都大阪 2009 の来訪者数 (100万人)</p> <p>御堂筋 kappo の来訪者数 (40万人) [参考] 御堂筋オープンスペース来訪者数 (H21 35万人)</p> <p>来阪外国人観光客数 (H20 222 230万人)</p> <p>上海万博事前広報件数・マスメディア掲載件数 (20件) [平成22年度目標] (上海万博大阪館への来場者数 140万人)</p>

【水都大阪にふさわしい川を目指して水質改善を加速！】
 ~ 川の水をきれいにします ~

遂行目標 (プロセス)	業績目標 (結果)
<p>【 戦略課題の目標 】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 河川に流入する汚濁負荷の一層の低減 <p>《将来ビジョン・大阪》 水とみどり豊かな新エネルギー都市 大阪 新エネルギー都市 ナンバー1 「大気や水質等良好な環境の創出・維持」 「水とみどりのネットワークの創造」 「水都大阪づくり」にも資するもの</p>	<p>【 アウトカムの数値目標 】</p>
<p>【 施策推進上の目標 】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 汚水処理人口普及率の向上 (汚水処理人口普及率向上(H19年度末:94.2%)) ・ 規制事業場へ負荷量低減の協力要請 (環境基準未達成河川の流域事業場への立入:全数立入(約120件)) ・ 未規制事業場へ負荷量低減の協力要請 (重点啓発事業場への協力要請:約300件) ・ 大和川流域全12市町村への働きかけ (下水道接続率の向上等) ・ 寝屋川流域全11市との連携強化(事業場に対する適切な運転管理の指導等) 	<p>【 アウトプットの数値目標 】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 河川水質の環境基準達成率の向上 (19年度環境基準達成率:72.5%) ・ 大和川水質ワースト1からの脱却 (H19年ワースト1) ・ 水の回廊につながる寝屋川流域における水質向上 環境基準の達成 (H19) 9 / 16 箇所 (H23) 16 / 16 箇所

【生駒山系の 5 箇所で「花の名所」づくりをスタート！】

～ 生駒山系を美しい花屏風のように彩ります～

遂行目標 (プロセス)	業績目標 (結果)
<p>【 戦略課題の目標 】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ミュージアム都市大阪の実現 ・みどりの風を感じる大都市の実現 放置森林の解消 	<p>【 アウトカムの数値目標 】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 生駒山系花屏風の認知度
<p>【 施策推進上の目標 】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 生駒山系花屏風の推進 企業の協賛、地域住民や学校など多様な主体の参加協力により実施 サクラ等の植栽 1,000 本 内) 予算計上分 200本 <p>【長期目標：15年で10,000本】</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p>< 10,000 本の根拠 > 弘川寺(河南町)や永楽ダム(熊取町)など大阪ミュージアム構想展示品にも選定されている山間部の代表的な桜の名所は、1,000 本程度。</p> <p>生駒山系で新たな花の名所を 10ヶ所程度創出</p> <p>10ヶ所 × 1,000 本 = 10,000 本</p> <p>< 1,000 本の根拠 > 府事業で 200 本。企業の協力や地域力で 5 倍の 1,000 本に。</p> </div>	<p>【 アウトプットの数値目標 】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 花の名所創出 5地区

【大阪の魅力づくり・地域の再生】

遂行目標 (プロセス)	業績目標 (結果)
<p>【1.戦略課題の目標】 大阪の魅力づくり・地域の再生</p> <p>大阪ミュージアム オンリー1 新エネルギー都市 ナンバー1 みどりの風を感じる大都市 オンリー1 くらすなら大阪！分権先進都市 オンリー1 大阪ミュージアム構想の実現等により大阪の魅力を高めるとともに、新たに土木事務所に設置した「地域支援課」を核として、住民や企業が参加する地域主義の確立を目指す。</p>	<p>【4.アウトカムの数値目標】</p> <p>大阪の魅力づくり・地域の再生が進んでいると実感</p>
<p>【2.施策推進上の目標】</p> <p>水の都「大阪」の再生に向けた取組</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶水都大阪2009に向けた水辺整備 <ul style="list-style-type: none"> ・八軒家浜賑わい施設の供用 ・水の回廊ライトアップの実施 ・堂島川賑わい創出区間の供用 <p style="text-align: right;">} H21.8月</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶水の回廊につながる寝屋川流域の水質改善 <ul style="list-style-type: none"> ・下水道高度処理の推進(竜華、なわて水みらいセンターをH22年度供用) 合流式下水道の改善 ・河川浄化事業の推進(浚渫、導水等) <p>「石畳と淡い街灯まちづくり支援事業」の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・H21.6月にモデル地区3地区選定 ・H21年度中にH20年度の選定地区と合わせて5地区で事業着手(事業期間H20~H23) <p>「みどりの風を感じる大都市」の実現に向けた取組</p> <ul style="list-style-type: none"> ・みどりづくりの推進方策等を取りまとめ、H22年度以降の都市整備部のアクションプランを策定 <p>府民や企業と連携した多様な取組</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶泉佐野丘陵での大規模緑地づくりの推進 <ul style="list-style-type: none"> ・H22.3月までにボランティアコアメンバーを養成し、活動開始(H21年度、H22年度は各30名養成) ・企業支援(2,000万円相当の機材)の確保〔H20~H29 総額で2億円相当の支援〕 ▶公立小学校の運動場の芝生化支援 ▶企業のCSR(社会貢献)活動と連携した道路環境づくり等の推進 <ul style="list-style-type: none"> ・道路照明灯、歩道橋の維持管理や美化啓発活動等 	<p>【3.アウトプットの数値目標】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・水都大阪2009への来訪者数 100万人(52日間) ・寝屋川流域の全基準点で環境基準を達成(H23年度) (H19)9/16箇所 (H23)16/16箇所 <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 10px 0;"> モデル地区5地区選定のうえで、業績目標を設定 </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 10px 0;"> アクションプランに基づき、次年度以降、業績目標を設定 </div> <ul style="list-style-type: none"> ・芝生化を実施する公立小学校の数 50校 ・連携企業の数 30社