

目指すべき都市像 1. 世界に誇れる自慢の都市

KPI (主指標)			施策の方向性評価
来阪外国人旅行者数			
策定時の数値	現時点	目標値	
716万人 (2015年)	⇒ 940万人 (2016年)	⇒ 1,300万人 (2020年)	<ul style="list-style-type: none"> 施策の方向性としては、引き続き、夢洲でのIRを含む国際観光拠点形成を始めとした世界第一級の文化・観光拠点形成・発信や、水と光のまちづくりといった大阪ならではの魅力創出等に努め、プロジェクトを推進していく。

各プロジェクトの2017年度中間評価

※「資料5 大阪都市魅力創造戦略2020 事業調査、評価表」から主要なものを抜粋

夢洲でのIRを含む国際観光拠点形成

- 概要
 - MICE機能や国際的なエンターテインメント機能を備えた統合型リゾート (IR) の誘致など、民間の創意・工夫や意見を取り入れながら、国際観光拠点の形成を推進。
- アウトカム
 - 夢洲でのIRを含む国際観光拠点形成
- 目標
 - IR推進会議を7回以上開催
 - 大阪IR基本構想(案)を2017年度中に策定。
- 中間評価
 - IR推進会議を5回開催し、そこで検討した内容も踏まえたうえで、2017年8月に大阪IR基本構想(案)・中間骨子を取りまとめるなど、概ね予定どおり進んでいる。



夢洲

水と光のまちづくりの推進

- 概要
 - 舟運をはじめ水辺も楽しめる観光メニューが集結するターミナルの整備。水辺魅力の向上や、舟運活性化に資する空間・景観整備。
 - 舟運の共同運航体制の構築や係留環境の充実などによる旅行者ニーズに対応した観光メニューとしてのクルーズ商品の多様化促進。
 - 水の回廊ならではのランドマークやコンテンツを創出し、回廊全体の集客力アップや、クルーズをはじめとした観光メニューにおける新たな付加価値による魅力の向上。
- アウトカム
 - 水都大阪の更なる「成長」へ向けた取組みの着実な推進
 - 水の回廊全体の集客力アップや、クルーズをはじめとした観光メニューにおける新たな付加価値による魅力の向上
- 目標
 - 舟運利用者数：90万人
- 中間評価
 - 八軒家浜を舟運拠点空間とするための基本計画策定にかかる業務委託を2017年10月に行った。船から見える景色、船が行き交う景色を意識したアート空間などの整備について、船寄施設は17年11月に工事着手、アート空間は17年12月の工事着手へ向け、関係機関と調整を行っていることから、おおむね計画どおり事業進捗している。また、本町橋周辺の拠点整備にかかる設計業務を進めながら、2018年度工事着手に向けて、関係機関と調整を行っている。おおむね計画どおり進んでいる。
 - 魅力ある舟運の創出に向け、民間のアイデアやノウハウを活用するため、「水都大阪舟運創造推進事業」を創設し、受託者の公募・選定を9～10月に行った。また、水辺のイベントと連携したクルーズ開発支援により、観光メニューとしてのクルーズ商品化促進に向け、おおむね計画どおり事業進捗している。
 - 舟運活性化、イベント開催などの実施を通じ、水の回廊ならではのランドマークやコンテンツ創出について、関係者の共通認識を深めている。



大阪城・森之宮・大手前地区の魅力向上

- 概要
 - 2014年度に導入した大阪城公園PMO事業を推進し、民間活力を活用した公園の新たな魅力を創出。
- アウトカム
 - 大阪城公園の魅力向上
- 目標
 - 各施設の利用者(件)数：天守閣237万人、野球場800件、西の丸庭園30万人、豊松庵70件、音楽堂100件
 - 満足度調査：85%
- 中間評価
 - 適切な管理・運営の継続、大阪城公園駅前施設の新規整備工事、旧第四師団司令部庁舎の改修整備工事を予定どおり進捗し、計画どおり進んでいる。



大阪城

御堂筋地区の魅力向上、国内外の人々を惹きつけるキラコンテンツの創出

- 概要
 - 大阪のシンボルストリートである御堂筋を集客装置として活用し、非日常的なオンリーワンコンテンツを通じて大阪の魅力を内外へ発信し、多くの方に大阪に来ていただくための起爆剤となるイベントを実施。
 - 御堂筋が完成して80周年を迎える年を契機として、人中心のみちへと空間再編を目指す今後の御堂筋のあり方や、民間と連携したまちづくりのあり方を議論し、公民連携による新しい御堂筋づくりをスタートさせることを目的に記念事業を実施。
- アウトカム
 - 国内外からの話題を集め、御堂筋・大阪の魅力を発信
 - 公民の緊密な連携関係の構築、エリアマネジメントの活性化やまちづくりの推進
- 目標
 - テレビ・新聞・雑誌の掲載回数 80回以上、Web掲載回数 600回以上
 - シンポジウム、ワークショップ等の各種記念事業の実施
- 中間評価
 - 完成当時の御堂筋の街並み再現、漫才、ジャズバンド、合唱団、ダンスパフォーマンス、飲食・出展ブース、ケーリングカー等が楽しめる「にわい出展エリア」を開催。来場者から好評を得られた。
 - 御堂筋から未来へ繋がるスポーツとパフォーマンスの祭典を2017年11月12日(日)に開催。
 - スポーツ、エンターテインメント、クリエイションをひとつに融合させた大阪発のパワーを1日限りのサプライズな豪華共演で実施した。
 - シンポジウムやワークショップ等の各種記念事業を通じて今後の御堂筋のあり方や民間と連携したまちづくりのあり方などの議論を行っている。



百舌鳥・古市古墳群の魅力創出

- 概要
 - 2010年に世界遺産暫定一覧表に記載された「百舌鳥・古市古墳群」の世界文化遺産登録の早期実現に向けた取組みを推進。
- アウトカム
 - 2019年度の世界文化遺産登録
- 目標
 - 2017年度の世界文化遺産登録の早期実現に向け、地元や首都圏における機運の醸成を図り、世界文化遺産登録の早期実現に向けた取組みを進める。
- 中間評価
 - 2017年7月末に今年度の世界文化遺産推薦候補に決定し、世界文化遺産登録に向けて、大きく前進した。



大阪・光の饗宴の魅力向上

- 概要
 - 「御堂筋イルミネーション」と「OSAKA光のルネサンス」をコアプログラム、地域の活性化に取り組む団体等が大阪府内各エリアで展開する光のプログラムをエリアプログラムとして、一体的にプロモーションを展開。
- アウトカム
 - 大阪・光の饗宴の魅力向上
- 目標
 - 大阪・光の饗宴全体の来場者数：1,350万人
 - 連携実施する民間等の団体数：17団体
- 中間評価
 - コアプログラムのうち「御堂筋イルミネーション」は、中央エリアを圧倒的な光空間を創出する事業として新たに構築し、2017年11月12日から実施。「OSAKA光のルネサンス」は17年11月12日から一部レビュー点灯を行い、17年12月14日から12月25日まで実施予定。エリアプログラムについては、19団体23プログラムが参加。



天王寺・阿倍野地区の魅力向上

- 概要
 - 地区の核となる天王寺公園・動物園において、官民連携による魅力向上・活性化、ひいては天王寺・阿倍野地区全体の集客力・ブランド力を向上。
- アウトカム
 - 天王寺公園・動物園の魅力向上、来園者数の増加
- 目標
 - 来園者数：260万人(2017年度)、動物園来園者数：175万人(2019年度)
- 中間評価
 - ゲートエリアでの新たな官民連携の取組みや動物園での改革・改善の実行など、地区の核としておおむね計画どおり事業進捗が図られている。



築港・ベイエリア地区の魅力向上

- 概要
 - クルーズ客船の母港化により内外集客力を強化。新たなウォーターフロントのまちづくりに挑戦し、集客観光拠点化を図り、世界にアピール。
 - 大阪港開港150年という記念すべき年を、多くの市民の皆様と共に祝いするとともに、大阪港の港勢伸長及びベイエリアの魅力向上・臨海地域の活性化の契機とする。
- アウトカム
 - クルーズ客船の母港化に向け、観光客増につながる大阪港への寄港回数の増加
 - 大阪港の港勢伸長及びベイエリアの魅力向上・臨海地域の活性化
- 目標
 - 2017年度寄港数：50隻、大阪港が身近な存在と感ずる市民の割合(70%以上)
 - 港への集客力向上または臨海地域の活性化に寄与する新規事業の創出件数(5件以上)
 - 大阪港開港150年記念事業協賛金の獲得(2017年11月末までの目標額：10,000千円)
- 中間評価
 - <クルーズ客船の母港化>
 - ヨーロッパやアジアなど、国内外の客船会社等に対し、誘致活動を行った。
 - 2017年8月にPFI手続における民間事業者の公募を開始した。
 - <大阪港開港150年記念事業>
 - 新聞広告をはじめとした様々な媒体で事業のPRを積極的に展開し、目標額を大幅に上回る51,235千円(物品による寄付は除く)もの協賛金を獲得。
 - 市民レベルで大阪港に対する理解度の向上を図ることができた。
 - 新規事業の創出については、事業の実施結果等を踏まえながら、効果検証を行い、引き続き検討を行っている。



資料4 目指すべき都市像ごとの施策の方向性評価、及び各プロジェクトの2017年度中間評価

目指すべき都市像 2. 安全で安心して楽しめる24時間おもてなし都市

KPI（主指標）			施策の方向性評価
来阪外国人旅行消費額			
策定時の数値	現時点	目標値	
5,781億円（2015年）	⇒ 8,633億円（2016年）	⇒ 1兆1,900億円（2020年）	<ul style="list-style-type: none"> ・ 施策の方向性としては、引き続き、旅行者の利便性向上、インバウンド受入環境の整備に加え、ナイトカルチャーの発掘・創出といった、観光客がまちに魅力を感じ、安全で安心して旅行を楽しめる都市を目指す。

各プロジェクトの2017年度中間評価

※「資料5 大阪都市魅力創造戦略2020 事業調査、評価表」から主要なものを抜粋

宿泊施設における「おもてなし」環境の整備事業

- 概要
 - ・ 府内の宿泊施設を対象に、施設内の案内表示等の多言語化やトイレの洋式化など、宿泊客の利便性や満足度の向上に繋がる取組みに対し支援を実施。
 - ・ 特区民泊施設については、認定促進につなげるため、消防設備の整備等についても支援を実施。
- アウトカム
 - ・ 宿泊客の利便性や満足度の向上
- 目標
 - ・ 来阪外国人旅行者数 1,045万人、延べ宿泊者数：3,275万人
- 中間評価
 - ・ 本事業については、2017年9月に補助事業者に対する交付決定を実施しており、概ね予定どおり進んでいる。
 - ・ 補助金の交付決定にあたっては、予定数以上の事業者に交付決定を行うことができた。

外国人旅行者の災害時における安全確保

- 概要
 - ・ 外国人旅行者が災害発生時に必要な情報を入手できる環境の整備及び行政、観光施設・宿泊施設等、関係者の役割分担によるサポート体制の構築。
- アウトカム
 - ・ 災害情報を入手しやすい仕組みづくりとともに、災害時の円滑な支援体制を構築し、外国人旅行者が安心して旅行できる環境づくりを目指す。
- 目標
 - ・ 「外国人旅行者安全確保マニュアル（仮称）」の作成
- 中間評価
 - ・ 観光事業者向けの支援マニュアルの作成等の業務を行う民間事業者を公募型プロポーザル方式で選定、2017年8月に契約を締結した。
 - ・ ポータルサイトに国土交通省の防災情報サイトを掲載するための作業を進めるとともに、広報強化のためのグッズを製作し、今年度中に観光案内所等に設置する予定としている。

ナイトライフカルチャーの発掘・創出

（文化・観光、商業施設等の開館・営業時間の延長、イベント・公演等の開演時間の繰り下げ）

- 概要
 - ・ 国内外からの観光客の要望の多いナイトカルチャーを発掘・創出するため、主にインバウンドの観光客を対象とした夜間公演等のナイトカルチャー事業に取り組む事業者に対し、事業の立ち上げ等に必要経費を補助。
- アウトカム
 - ・ 夜間公演等の充実支援等を通じて、国内外からの旅行者の要望の多いナイトカルチャーを発掘・創出。
- 目標
 - ・ 夜間公演等を実施する事業者に対する補助制度を創設。
- 中間評価
 - ・ 「ナイトカルチャーの発掘・創出にかかる検討会」の意見を踏まえ、「ナイトカルチャー発掘・創出事業補助金交付要綱」を策定し、補助の交付決定を行った。

目指すべき都市像 3. 多様な人材が集う観光・MICE都市

KPI（主指標）			施策の方向性評価
国際会議開催件数			
策定時の数値	現時点	目標値	
253件（2014年）	⇒ 280件（2016年）	⇒ 340件（2020年）	<ul style="list-style-type: none"> ・ 施策の方向性としては、2020年に向け、MICE誘致の推進など、多様な人が訪れ、集い、交流する活気あふれる都市を目指す。

各プロジェクトの2017年度中間評価

※「資料5 大阪都市魅力創造戦略2020 事業調査、評価表」から主要なものを抜粋

MICE誘致の推進

- 概要
 - ・ 官民が一体となって、ターゲット等を明確にした方針に基づき戦略的にMICE誘致を展開するとともに大阪におけるMICE受入体制を充実。
- アウトカム
 - ・ 誘客促進
- 目標
 - ・ 大阪府域の国際会議開催件数：340件（2020年）
- 中間評価
 - ・ 2017年5月に大阪MICE推進委員会を立上げ、第1回会議を開催するなど、府・市・経済団体と連携した取組みを進めており、「ツーリズムEXPO2019」の大阪開催を実現した。
 - ・ グローバルMICE都市・都市力強化対策本部（事務局：観光庁）への参加（11月）など、国、他都市の取組状況など情報収集を行い、大阪への戦略的MICE誘致につなげる。



大阪観光局運営事業（大阪版DMO推進事業）

- 概要
 - ・ 大阪観光局において、観光のプロ組織による観光振興事業を展開し、新たな観光関連産業の振興や地域の活性化、交流を通じたにぎわいづくりに取り組むとともに、新たに大阪観光局を「大阪版DMO」とし、戦略的なマーケティング、情報ネットワークや観光案内機能のワンストップ化、効果的なプロモーションや地域と連携したMICE誘致などの事業に取り組み、大阪への来訪者・宿泊者数を増加させ経済効果を向上。
- アウトカム
 - ・ 誘客促進
- 目標
 - ・ 大阪版DMO戦略に沿ったDMO事業の試行実施
- 中間評価
 - ・ 国の地方創生交付金を活用し、関西国際空港において、来阪外国人旅行者に対するマーケティングリサーチを実施するとともに、Wi-FiのGPSログやSNSの投稿内容を活用した夜間動向調査を実施し、こうした調査結果を公表した。

大阪市版TIDモデル創出事業

- 概要
 - ・ 地域が自らの資金を原資として観光地域まちづくりに取り組む仕組みである「大阪市版TID（Tourism Improvement District）」の構築に向け、モデル創出に向けた事前調査を実施することにより、翌年度以降のモデル事業実施につなげ、将来的に、地域内の滞在者数・宿泊者数の増加及びそれに伴う地域内経済の活性化を目指す。
- アウトカム
 - ・ 地域内の滞在者数・宿泊者数の増加及びそれに伴う地域内経済の活性化
- 目標
 - ・ 事前調査の実施
- 中間評価
 - ・ 大阪市版TID制度検討会を8月に立ち上げ、2回の検討会を開催し、モデルシミュレーション案を各種検討するとともに、米国の海外事例調査を実施し、おおむね計画通りに進捗している。

資料4 目指すべき都市像ごとの施策の方向性評価、及び各プロジェクトの2017年度中間評価

目指すべき都市像 4. 多様な楽しみ方ができる周遊・滞在都市

KPI (主指標)			施策の方向性評価
延べ宿泊者数			・ 施策の方向性としては、引き続き、ストーリー性をもたせた大阪魅力の再編集・発信など、観光客が大阪に滞在し、府内各地を訪れ、食やスポーツなどを楽しめる都市を目指す。
策定時の数値	現時点	目標値	
3,037万人 (2015年)	⇒ 3,101万人 (2016年)	⇒ 3,600万人 (2020年)	

各プロジェクトの2017年度中間評価

※「資料5 大阪都市魅力創造戦略2020 事業調査、評価表」から主要なものを抜粋

ストーリー性をもたせた大阪魅力の再編集・発信

- 概要
 - 大阪の魅力スポットやそれらを巡るルートにストーリー性を持たせて再編集し、地域における観光資源の磨き上げや受入環境の整備等を支援する事業を実施。
- アウトカム
 - 国内外からの集客・周遊性の向上をめざした環境整備
- 目標
 - 構築するストーリー数：2本程度(2017年度)
- 中間評価
 - 補助金の公募を行った結果、7事業の申請があり、審査の結果全事業に対し9月末に交付決定を行った。現在、補助事業の進捗管理を行いながら、申請団体と共にストーリーの作りこみを行っており、概ね当初の予定どおりに進んでいる。



国内外への戦略的なプロモーションの展開

- 概要
 - 大阪観光局において、マーケティングに基づき、観光客や市場ごとのターゲットに応じた効果的なプロモーション活動を展開し、国内外からの誘客を促進。
- アウトカム
 - 誘客促進
- 目標
 - 来阪外国人旅行者数：1,045万人 (2017年)
- 中間評価
 - DMO事業戦略に基づき、ターゲット国(16カ国)に対して、現地旅行博への参加やSNSを活用した観光プロモーションを実施した。また、今後は動画を活用したより効果的なプロモーションを行うため、マーケティングに基づく国別のプロモーション動画(13種類)の製作を行っている。

魅力資源の結びつけによる府内各地の周遊性向上事業

- 概要
 - 大阪ミュージアム登録物を活用して、地域魅力を府内外に発信するとともに、府域への集客・周遊を促す事業を展開する「地域魅力発信事業」を実施。
- アウトカム
 - 府域での集客・周遊の促進
- 目標
 - 参加者満足度(良かった、非常に良かった)：90%以上
- 中間評価
 - 大阪ミュージアム登録物を巡る冊子「大阪ミュージアム」としておき「OSAKA周遊ガイド」を作成(関西圏で157万部配布される読売ファミリーに折込掲載)するとともに、冊子を活用した集客及び回遊を促す事業を実施しており、概ね当初の予定どおり進んでいる。



資料4 目指すべき都市像ごとの施策の方向性評価、及び各プロジェクトの2017年度中間評価

目指すべき都市像 5. 大阪が誇る文化力を活用した都市

KPI (主指標)			施策の方向性評価
府内外から人々が集まり、芸術活動が活発になっていると思う府民の割合			<ul style="list-style-type: none"> 施策の方向性としては、引き続き、大阪の文化を保存・継承し、国内外に情報発信していくことにより、大阪の魅力を高めるとともに、国内外からアーティストをはじめ多くの人々が大阪に集い、交流する都市を目指す。
策定時の数値	現時点	目標値	
10.8% (2015年)	⇒ 19.3% (2016年)	⇒ 40% (2020年)	

各プロジェクトの2017年度中間評価

※「資料5 大阪都市魅力創造戦略2020 事業調査、評価表」から主要なものを抜粋

世界に発信する「大阪文化の祭典」

- 概要
 - 人々を惹きつける質の高い、様々なコンテンツを、大阪をはじめ府外からも集め、府内全域で特定期間に集中して見せることで、大阪のエンターテインメント性を際立たせ、多くの観光客を呼び込むとともに、大阪の魅力を発信していくことにより、国際エンターテインメント都市にふさわしい、世界に誇る文化イベントを目指す。
- アウトカム
 - 大阪の魅力を発信、誘客促進
- 目標
 - 鑑賞者満足度：80%
- 中間評価
 - 経済界等と実行委員会を設置するとともに、在阪放送局9社と連携し、オール大阪の体制を構築して取組むことができた。



新しい美術館の整備

- 概要
 - 大阪市が所蔵する第一級のコレクションを活用して、市立美術館や東洋陶磁美術館とは異なる新たな魅力にあふれる「(仮称)大阪新美術館」を、2021年度の開館を目指す整備。
 - 「(仮称)大阪新美術館」の整備に取り組みることにより、中之島地区の魅力向上に貢献。
- アウトカム
 - 中之島地区の魅力向上に貢献し、来訪者が増加
- 目標
 - 開館後の年間入場者数：約60万人
- 中間評価
 - 2021年度の開館に向け、基本設計業務を完了するとともに、運営型PFIスキームの検討やコレクションの魅力向上をすすめており、おおむね計画どおり事業進捗している。



(仮称)大阪新美術館
公募型設計競技 最優秀案

アーツカウンシルの機能強化

- 概要
 - 大阪の文化力の向上につなげるため、アーツカウンシルの運営体制強化を図り、府市文化事業を評価・審査するとともに、企画や調査機能を高め、アーティスト等へのサポート、府内での文化プログラムの推進や効果検証等に取り組む。
- アウトカム
 - 大阪文化にふさわしい文化施策の推進
- 目標
 - アーツカウンシルの機能強化に向けたあり方を取りまとめる
- 中間評価
 - 大阪府市文化振興会議において、ワーキング部会を設置し、アーツカウンシルのあり方について検討を行い、2017年11月開催の本審議会で取りまとめた。



目指すべき都市像 6. あらゆる人々が文化を享受できる都市

KPI (主指標)			施策の方向性評価
文化的環境が整備されていると思う府民の割合			<ul style="list-style-type: none"> 施策の方向性としては、引き続き、あらゆる人々が、大阪の様々な場所において、これまで以上に創作活動に参加でき、鑑賞体験できる都市を目指す。
策定時の数値	現時点	目標値	
9.8% (2015年)	⇒ 23.1% (2016年)	⇒ 40.0% (2020年)	

各プロジェクトの2017年度中間評価

※「資料5 大阪都市魅力創造戦略2020 事業調査、評価表」から主要なものを抜粋

若手アーティストらの発表機会の提供

- 概要
 - 芸術文化の担い手を発掘育成するため、若手プロデューサー等のネットワークの構築や、作品発表の機会の拡大を目指す。
- アウトカム
 - 芸術文化の担い手の育成・支援
- 目標
 - 芸術文化の担い手を支援するための取組みについて、引き続き検討を行う。
- 中間評価
 - 芸術文化魅力育成プロジェクトを通じて多くの若手プロデューサー等が参加できる育成プログラムを実施し、若手プロデューサーの育成につなげている。

芸術文化を将来へ継承させる青少年の育成

- 概要
 - 大阪市内における各区の特性に応じた質の高い芸術文化メニューを青少年対象に実施することを通じて、中長期的に芸術文化にかかると青少年育成が定着することを目指す。
- アウトカム
 - 芸術文化を将来へ継承発展させる青少年の育成
- 目標
 - 8区で文化事業を試行実施し、各区の事業で行うアンケートで、区の特性にあった文化事業であると感じた／再認識した参加者の割合：85%以上
- 中間評価
 - 計画どおり事業が進捗している。次年度の本格実施に向けて各区へ実施希望を確認したところ、今年度実施区に加え、新たに9区から希望があった。
 - 今後、希望区の事業の推進と非希望区へのフォローが課題である。



資料4 目指すべき都市像ごとの施策の方向性評価、及び各プロジェクトの2017年度中間評価

目指すべき都市像 7. アジアをリードする国際・プロスポーツ都市

KPI (主指標)			施策の方向性評価
大阪にゆかりのあるプロスポーツチーム7チームの年間主催試合での観客者合計数			
策定時の数値	現時点	目標値	
2,653,404人 (2015年)	⇒ 2,906,534人 (2016年)	⇒ 3,600,000人 (2020年)	<ul style="list-style-type: none"> 施策の方向性としては、引き続き、世界的なトップアスリートのパフォーマンスを「みる」機会を創出し、府民・市民に夢と希望を与えることができる活力のある都市を目指す。

各プロジェクトの2017年度中間評価

※「資料5 大阪都市魅力創造戦略2020 事業調査、評価表」から主要なものを抜粋

ラグビーワールドカップ2019の大阪開催

- 概要
 - ラグビーワールドカップ2019大会準備推進組織を設置し、大会運営に係る関係機関との協議・調整や大会に向けた機運醸成を図るための取組みを展開。
- アウトカム
 - 2019年9月のラグビーワールドカップに向けた開催機運の醸成を図る
- 目標
 - トップリーグの試合会場等でのプロモーション活動：20回
 - ラグビーワールドカップの花園ラグビー場開催に対する府民認知度：60%以上
- 中間評価
 - 大会2年前となる2017年度については、5月のブル組分け抽選会やトロフィーロードショー、11月の試合日程発表会といった大会に向けたマイルストーンとなるイベントのタイミングを活かした連携・運動型プロモーションを展開。



大阪マラソンの魅力向上

- 概要
 - 世界トップレベルの市民マラソンを目指すためのさらなる魅力づくりを目指すとともに、大会の国際化を推進
- アウトカム
 - 大阪マラソンの魅力向上を図り、海外ランナーのエントリー数を増加
- 目標
 - 海外ランナーエントリー数：前年度並み (9,000人)
- 中間評価
 - 大阪マラソン公式ホームページでの多言語ページ（英語・ハングル・中国語(繁体字・簡体字)）の作成など、海外ランナーの誘客増加につながる取組みを行った結果、エントリー数は前年度から3,630人増加した。
 - 2017年9月26日には、上海国際マラソンと広報協力に関する覚書を締結することができた。



プロスポーツとの連携事業

- 概要
 - 大阪を拠点に活動するプロスポーツチームと連携して、スポーツの振興や産業創出に向け取り組むとともに、都市魅力の発信、観光振興につなげる。
- アウトカム
 - プロスポーツ観戦を目的とした観光客の誘客促進 <府・市>
 - プロスポーツチームとの連携によるスポーツ振興及び都市魅力向上 <市>
- 目標
 - 大阪にゆかりのあるプロスポーツチームの年間主催試合での観客者合計数 300万人
 - 舞洲プロジェクトの事業実施体制の確立 <市>
- 中間評価
 - プロスポーツチームと連携したイベントやポスター等の配布は完了。今後も、様々な機会を通じて、大阪の都市魅力を発信する。<府>
 - プロスポーツチームと連携し主催試合の招待や舞洲プロジェクトとして情報発信・商品開発・スポーツ教室などを実施し、都市魅力の創出及び観光振興に寄与している。引き続き、スポーツの振興や産業創出に向け、事業を実施していく。<市>



目指すべき都市像 8. 健康と生きがいを創出するスポーツに親しめる都市

KPI (主指標)			施策の方向性評価
成人の週1回以上のスポーツ実施率 (性別・年齢別)			
策定時の数値	現時点	目標値	
40% (2015年)	⇒ 42.3% (2016年)	⇒ 50% (2020年)	<ul style="list-style-type: none"> 施策の方向性としては、今後、大規模スポーツイベントを契機として更なるスポーツに親しむ機運を醸成するとともに、第2次大阪府スポーツ推進計画、大阪市スポーツ振興計画の着実な実施に努め、引き続き、年間を通じて様々なスポーツを「する」「ささえる」健康で活力のある都市を目指す。

各プロジェクトの2017年度中間評価

※「資料5 大阪都市魅力創造戦略2020 事業調査、評価表」から主要なものを抜粋

関西ワールドマスターズゲームズ開催に向けた事業の展開

- 概要
 - 大規模なスポーツ大会の開催時に合わせて、一般参加型のスポーツイベント開催による機運の醸成を図るとともに、ワールドマスターズゲームズ2021関西の閉会式開催に向けて取り組む。
- アウトカム
 - ワールドマスターズゲームズ2021関西の開催に伴う機運醸成を図る。
- 目標
 - 閉会式開催の準備に向けた実施体制の検討及び課題（会場選定・内容等）の整理・精査を、組織委員会と連携して行う。
- 中間評価
 - 関西マスターズスポーツフェスティバルを開催し機運を醸成するとともに、閉会式開催に向けてオークランド大会を視察するなど、開催に向けた準備を着実に進めている。



トップアスリート等との連携事業、オリンピック・パラリンピックムーブメント教育の推進

- 概要
 - トップアスリートとの直接的な触れ合いを通じて、子どもたちの運動やスポーツに対する興味・関心を向上。
- アウトカム
 - 学校の授業以外にスポーツをする児童が増える。
- 目標
 - 協力チーム数：12チーム、派遣校数：150校、参加児童数：12,000名 <府>
 - トップアスリート等による「夢授業」を219校（小中学校及び高等学校）で実施予定 <府>
- 中間評価
 - 派遣校数については目標の7割弱と順調に推移しているものの、参加児童数については目標の5割強に留まっている。引き続き協力チームに派遣校数の拡大を要請するとともに、小学校に複数学年での受講を働きかける。<府>
 - トップアスリート等による「夢授業」を158校で実施しており、計画どおり進捗している。<市>



資料4 目指すべき都市像ごとの施策の方向性評価、及び各プロジェクトの2017年度中間評価

目指すべき都市像 9. 世界で活躍できるグローバル人材育成都市

KPI (主指標)			施策の方向性評価
大阪で学ぶ留学生数			
策定時の数値	現時点	目標値	
15,280人 (2015年)	⇒ 18,411人 (2016年)	⇒ 23,000人 (2020年)	<ul style="list-style-type: none"> ・ 施策の方向性としては、引き続き、国内外の若者に学びの場を提供し、世界で活躍できる人材を育てる都市を目指す。

各プロジェクトの2017年度中間評価

※「資料5 大阪都市魅力創造戦略2020 事業調査、評価表」から主要なものを抜粋

公設民営学校（国際バカロレア等）の設置

- 概要
 - ・ 国家戦略特区を活用した公設民営学校として、国際バカロレア認定コースを持つ中高一貫教育校を設置。
- アウトカム
 - ・ 国際社会でリーダーシップを発揮して活躍し、大阪の経済成長を牽引する人材の育成
- 目標
 - ・ 指定管理法人の選定・指定議決
 - ・ 2019年4月開校のための開校準備事務の実施
- 中間評価
 - ・ 2019年4月の開校に向け、2017年5月に指定した指定管理法人とともに教育課程編成等の開校準備事務を行っており、おおむね計画どおり事業進捗している。

外国人留学生との連携拡大及び起業支援

- 概要
 - ・ 国際的な視点・能力をもつ留学生に、大阪市等が開発する協働プログラム（ボランティアプログラム）に参加してもらい、地域の国際化・活性化を図るとともに、留学生の地域への愛着を醸成。
 - ・ 起業のきっかけとなるよう支援セミナーを開催し、国際人材の定着を促進。
- アウトカム
 - ・ 地域の国際化、国際人材の定着
- 目標
 - ・ 交流プログラム 開催数：2件、参加者総数：50名、参加者アンケート満足度：80%
 - ・ 協働プログラム 開催数：22件、参加者アンケート満足度：80%
 - ・ 起業支援セミナー 開催数：2件、参加者総数：70名、参加者アンケート満足度：80%
- 中間評価
 - ・ 協働プログラムの年間目標開催件数22件に対して、2017年11月末時点で13件と、おおむね計画どおりのペースで開催できている。
 - ・ 交流プログラムについては、開催のめどが立っていないため、2件の開催に向けてプログラムの発掘に取り組む必要がある。



企業における高度外国人材の積極的受入・活用や留学生の就職支援

- 概要
 - ・ 留学生が卒業後に大阪で就職し、高度外国人材として企業のグローバル化や競争力強化につながる活躍ができるよう、企業の積極的な受入促進や留学生の円滑な就職支援等を実施。
- アウトカム
 - ・ 外国人高度専門人材の受入れ拡大
- 目標
 - ・ 留学生向け企業見学会、企業との交流会等の実施回数：4回以上
- 中間評価
 - ・ 2018年度の国際化戦略アクションプログラム事業の府への一元化に伴い、効果検証及び事業改善が必要。



目指すべき都市像 10. 出会いが新しい価値を生む多様性都市

KPI (主指標)			施策の方向性評価
大阪で働く外国人労働者数			
策定時の数値	現時点	目標値	
45,838人 (2015年)	⇒ 59,008人 (2016年)	⇒ 61,000人 (2020年)	<ul style="list-style-type: none"> ・ 施策の方向性としては、引き続き、世界中から訪れる外国人が府民と変わりなく安心・快適に過ごせる環境を整えることで、多様な人材や企業を惹きつけ、新しい価値を生み出す都市を目指す。

各プロジェクトの2017年度中間評価

※「資料5 大阪都市魅力創造戦略2020 事業調査、評価表」から主要なものを抜粋

外国人相談事業の充実

- 概要
 - ・ 外国人が安心して快適に生活を営み、大阪を住みやすい都市として認識し、定着を促すため、在住外国人を対象とした専門分野の相談会を実施。
- アウトカム
 - ・ 外国人住民の定着
- 目標
 - ・ 来場者アンケート（満足度）：95%以上、来場者数：104名以上
- 中間評価
 - ・ 計画どおり事業進捗している。〈府〉
 - ・ 2017年度から、遠隔地に住んでいる外国人でも相談できるよう、電話相談を導入し、8件の実績があった。〈市〉

災害時多言語支援センター設置・運営訓練

- 概要
 - ・ 災害時に多言語で外国人向けに情報発信を行う多言語支援センターの設置・運営に関する訓練を実施。
- アウトカム
 - ・ 外国人が安心安全に生活できる社会を実現し、都市魅力の向上を図る
- 目標
 - ・ 災害ボランティア新規登録者数：30名、防災組織計画の策定、防災訓練・研修会の実施件数2回以上
 - ・ 市関係局会議の開催回数3回以上
- 中間評価
 - ・ 計画どおり進捗している。〈府〉
 - ・ おおむね計画どおり進捗しており、防災訓練・研修会については、2～3月の実施に向けて取り組んでいる。〈市〉

ビジネスパートナー都市交流事業

- 概要
 - ・ 大阪시가アジア太平洋地域の13の主要経済都市との間で締結しているビジネスパートナー都市（BPC）提携のネットワークを活用し、在阪中小企業に対する国際ビジネス活動を支援。
 - ・ BPC各都市が一堂に集まるラウンドテーブルを年1回開催し、同期間に併せて現地での商談会を実施するとともに、海外見本市への出展支援、海外企業との国内商談会、セミナーを実施。
- アウトカム
 - ・ 大阪への投資促進、国際ビジネス交流の促進
- 目標
 - ・ 【海外見本市出展・商談会】支援対象企業数：12社以上、販売成約数：40件以上
 - ・ 【国内商談会・セミナー】大阪での商談会：3回以上、大阪企業の参加数：各回10社以上
 - ・ 【海外、国内】支援企業のビジネスモチベーション高揚の割合：80%以上、支援企業の海外展開が企業経営に貢献した割合：70%以上
- 中間評価
 - ・ 上海市においてBPC各都市が一堂に集まるラウンドテーブルを開催し、同期間に併せて現地での商談会を実施するとともに、海外見本市への出展支援、海外企業との国内商談会、セミナーを実施するなど、おおむね計画どおり事業進捗している。

トップセールスによる戦略的プロモーション

- 概要
 - ・ 海外ネットワークの戦略的な活用、関係機関等との連携を通じ、知事、市長等が、国内外に向け大阪の魅力や強みを効果的に発信し、経済、観光等の分野における交流促進を図る。
- アウトカム
 - ・ 大阪への投資促進、大阪と海外企業交流の促進、市内各地に観光客を誘致
- 目標
 - ・ 現地政府や大手企業等とのビジネス機会創出のための関係構築、商談機会を提供。〈府〉
 - ・ 各都市の特徴に合わせ、プロモーションや商談会、セミナー等最も効果的な経済交流のあり方をめざし事業を展開し、姉妹都市と本市の交流促進に資するネットワークをさらに深化。〈市〉
- 中間評価
 - ・ 海外ネットワークの戦略的な活用、関係機関等との連携を通じ、外国政府機関・企業等に効果的に大阪の魅力や強みを発信している。
 - ・ 今後、プロモーション活動やビジネス交流等の各種交流をより効果的なものとするために、国内外の関係機関・関係部局等との連携を強化していく。