

資料5 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年度期末評価  
 目指すべき都市像 1. 世界に誇れる自慢の都市

(施策分野：観光・都市魅力)

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)	⇒ 1,110万人 (2017年)	⇒ 1,300万人 (2020年)	・ 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年度期末評価

※「資料6 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
- 実績
  - ・ IR推進会議を6回開催
  - ・ 大阪IR基本構想(案)・中間骨子を取りまとめ
- 期末評価
  - ・ IR推進会議での議論も踏まえたうえで、大阪IR基本構想(案)・中間骨子を取りまとめたほか、国に対して意見等を提出するなど、当初の目標を、ほぼ達成することができた。



夢洲

万博記念公園の魅力創出

- 概要
  - ・ 「太陽の塔」の耐震化、塔内のオブジェ「生命の樹」の再生及び地下展示室の増設(「地底の太陽」再生)等により、新たな魅力づくりを行う。
- アウトカム
  - ・ 公園の魅力・観光価値を高め、来園者が増加。
- 実績
  - ・ 自然文化園入園者数：約225万人(2017年度)
- 期末評価
  - ・ 「太陽の塔」耐震工事及び内部公開に向けた取組みについては、予定通り進捗し、平成30年3月19日より一般公開を開始。積極的な広報PR及び記念イベントの実施により、4ヶ月先まで観覧の予約が取れない状況となるほどの申込みがある施設となった。



大阪城・森之宮・大手前地区の魅力向上

- 概要
  - ・ 2015年度に導入した大阪城公園パークマネジメント(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。
  - ・ 豊臣期に築かれた初代大坂城の石垣を掘り起こし、公開する施設を整備
  - ・ 特別史跡大坂城跡保存管理計画を推進し、文化財を整備・活用
  - ・ 難波宮跡公園のハード・ソフト両面からの魅力向上等
- アウトカム
  - ・ まちの魅力向上、大阪城公園の魅力向上
- 実績
  - 【大阪城公園関連】
  - ・ 各施設の利用者(件)数：天守閣275万人、野球場1,006件、西の丸庭園46.5万人、豊松庵123件、音楽堂95件
  - ・ 満足度調査：84%
  - ・ 豊臣石垣公開施設の整備に向けた実施設計を行った。
  - 【難波宮跡公園関連】
  - ・ 「史跡等保存活用計画」にかかる基本方針を定めた。
  - 期末評価
    - 【大阪城公園関連】
    - ・ 既存改修事業、新規施設整備ともに、計画どおり実施した。
    - ・ 利用者(件)数、満足度ともに、成果指標をおおむね達成した。
    - ・ 豊臣石垣公開施設の施設、展示の実施設計を予定どおり行った。
    - ・ 特別史跡大坂城跡整備計画検討会議を4回開催し、本丸地区の計画を暫定的に取りまとめた。
    - 【難波宮跡公園関連】
    - ・ 今後の公園整備にあたり、難波宮跡の保存と今後の活用方針を定めた「史跡等保存活用計画」を作成する必要がある。



大阪城



豊臣石垣公開イメージ

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、官民連携等による魅力向上・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
- 実績
  - ・ エントランスエリア等来園者数：420万人、動物園来園者数：174万人
- 期末評価
  - ・ 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、魅力向上・活性化に向けて事業進捗が図られている。



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」をコアプログラムとし、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展開することにより、大阪の冬を代表する観光コンテンツとして、官民の連携・協働により都市魅力の創造・発信や都市ブランドの向上や国内外からの多くの観光誘客を図り、大阪の活力向上につなげる。
- アウトカム
  - ・ 御堂筋イルミネーションの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、大阪・光の饗宴の魅力向上を図る
- 実績
  - ・ 大阪・光の饗宴全体の来場者数：約1,367万人(前年度比約74万人増)
  - ・ 大阪・光の饗宴として連携実施する民間等の団体数：19団体(前年度比3団体増)
- 期末評価
  - ・ コアプログラムでは、「御堂筋イルミネーション」の一環として、御堂筋中央エリアの沿道ビルや施設と連携し、ビルに静止画プロジェクションマッピングを実施するなど周辺も巻き込んだ新たな光空間を創出。また、「OSAKA光のルネサンス」では開催15周年として海外との交流プログラムなど特別プログラムを実施。エリアプログラムでは、昨年度より3団体が加わりプロモーション連携を拡大。これらの取組により大阪・光の饗宴全体の来場者数、連携実施する民間等の団体数ともに目標を上回る成果を得られた。



御堂筋地区の魅力向上、国内外の人々を惹きつけるキラーコンテンツの創出

- 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、人中心のみならず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、官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
- 実績
  - ・ テレビ・新聞・雑誌の掲載回数 88回、Web掲載回数 560回
  - ・ シンポジウム、ワークショップ等の各種記念事業の実施
- 期末評価
  - ・ 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、ケータリング等が楽しめる「にぎわい出展エリア」を開催。
  - ・ 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1日限りのサプライズ豪華華典で実施した。
  - ・ イベント開催前からマスコミ等で大きな話題となり、来場者が30万人となった。テレビ・新聞・雑誌の掲載回数は昨年を上回る結果を得られた。
  - ・ 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い、年度末には御堂筋完成80周年記念事業推進委員会としての御堂筋の将来像を示した御堂筋将来ビジョン(案)をとりまとめた。



御堂筋オールドパーティー

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）	⇒ 1兆1,841億円（2017年）	⇒ 1兆1,900億円（2020年）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 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。</li> </ul>

各プロジェクトの2017年度期末評価

※「資料6 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

### 観光案内板等の整備促進

- 概要
  - ・ 市町村が実施する多言語による観光案内板の設置・改修に係る経費について補助金を交付する。
- アウトカム
  - ・ まちの魅力向上
- 実績
  - ・ 来阪外国人旅行者数 1,110万人
  - ・ 延べ宿泊者数：3,321万人
- 期末評価
  - ・ 市町村が実施する多言語による観光案内板の設置改修に係る経費について、補助金を交付する補助制度を創設し、補助金の交付を行うなど、概ね予定どおり進捗している。



### 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。
- 実績
  - ・ 「外国人旅行者の安全確保・帰国支援に関するガイドライン」の策定
- 期末評価
  - ・ 大阪市内の観光関連事業者が参画するワークショップを開催し、その意見を踏まえ、「府内観光関連事業者向け災害時における外国人旅行者支援フロー(案)」を更新するとともに、その内容を宿泊施設、観光施設の事業者向けにわかりやすく整理した「外国人旅行者の安全確保・帰国支援に関するガイドライン」を策定した。
  - ・ ポータルサイトに国土交通省の防災情報サイト及び大阪観光局が実施するOSAKA Call Centerを掲載するとともに、広報カードの配布促進のためのカードケースを作成し、府内観光案内所へ配布した。

### 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。
- 実績
  - ・ 「ナイトカルチャー発掘・創出事業補助金」を創設し、7事業に対し交付決定
- 期末評価
  - ・ 夜間公演等に積極的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支援することで、国内外からの旅行者の要望の多いナイトカルチャーの発掘・創出を促進した。



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"> <li>・ 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。</li> </ul>

各プロジェクトの2017年度期末評価

※「資料6 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
- 実績
  - ・ G20サミット首脳会議（H31.6.28～29）
  - ・ ツーリズムEXPO2019（H31.10.24～27）の開催決定
- 期末評価
  - ・ 府・市・経済団体と連携した大阪MICE推進委員会を立ち上げ（5月）、同委員会を2回開催（5、12月）。
  - ・ MICE誘致に向けて誘致ターゲットの作成やクラスターの連携強化策等について協議を行った。



### 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
- 実績
  - ・ 大阪版DMO戦略に沿ったDMO事業の試行実施
- 期末評価
  - ・ 大阪観光局が「日本版DMO法人」として登録（2017年11月）されるとともに、国の地方創生推進交付金を活用し、マーケティング強化や24時間多言語コールセンターの開設による案内機能の充実、それぞれの市場旅行情報・形態などに基づいた戦略的なプロモーション活動を行うなど観光客の誘致を推進した。また、マーケティング戦略に基づき、新市場へのプロモーションや「食」「スポーツ」などの新規観光コンテンツを展開するなど、大阪版DMO戦略の本格実施に向けた取組みを推進した。

### 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
- 実績
  - ・ 事前調査を実施し、とりまとめを行った。
- 期末評価
  - ・ 大阪市版TID制度検討会を8月に立ち上げ、4回の検討会を開催し、米国の海外事例調査を踏まえ、大阪市版TIDのバターンを整理し、当初計画していたとおりモデルシミュレーション案を取りまとめた。

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)	⇒ 3,321万人 (2017年)	⇒ 3,600万人 (2020年)	

各プロジェクトの2017年度期末評価

※「資料6 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
- 実績
  - 構築ストーリー数：4本
- 期末評価
  - 1団体6市村から事業申請があり、最終的に4本のストーリーとしてとりまとめことで、当初の構築ストーリー数の目標を達成できた。
  - 今後は、ストーリーを効果的に発信するなどの取組みを行い、観光誘客につなげていくことが必要。



### 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
- 実績
  - 来阪外国人旅行者数：1,110万人
- 期末評価
  - 海外プロモーションについては、DMO戦略に沿って、成長・新興市場である東南アジアへのプロモーションを実施するとともに、欧米豪及びインドなどの経済成長が見込まれる地域について、デジタルマーケティングを活用して、「OSAKA」のブランド化を図った。
  - 国内プロモーションについては、鉄道事業者との連携やドラマにおけるタイアップなど、大阪の活性化に向けたプロモーションを実施した。

### 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
- 実績
  - 参加者満足度(良かった、非常に良かった)：91%
- 期末評価
  - 周遊キャンペーン参加者の91%が、イベント内容について「良かった」「まあまあ良かった」と回答し、当初の目標を達成できた。



資料5 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年度期末評価

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"> <li>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。</li> </ul>
策定時の数値	現時点	目標値	
10.8% (2015年)	⇒ 23.3% (2017年)	⇒ 40% (2020年)	

各プロジェクトの2017年度期末評価

※「資料6 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**
  - 大阪の都市魅力を創造し、文化を核とした大阪発展のムーブメントを起こすため、平成29年度に初開催。府内のホール・劇場や公園に、上方伝統芸能、上方演芸等の国内外のコンテンツを一堂に集め、合わせて実施することで、文化を楽しむ機会を創出するとともに、府内全域に多くの観光客を呼び込む。
  - 大阪が持つ多彩で豊かな文化の魅力を積極的に発信するほか、国内外から注目されるコンテンツを呼び込むなど、国際エンターテインメント都市の実現を目指すとともに、大阪の都市格の向上を図り、2025年大阪万博につなげていく。
- アウトカム**
  - 大阪の魅力を発信、誘客促進
- 実績**
  - 主催プログラム：14件・22公演
  - 共催プログラム：8件・28公演
  - 報道実績：556件（新聞、テレビ、ラジオ、Web等）
  - 「イベントを総合的にみて『非常に良かった』『良かった』」の割合：77%
- 期末評価**
  - 初回となった今年度の実績を踏まえ、来年度に向け、会場数の拡大やコンテンツの充実・強化等、更なる取り組みを進めていく。



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年度の開館を目指して整備。
  - 「(仮称)大阪新美術館」の整備に取り組むことにより、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
- 期末評価**
  - 2021年度の開館に向け、基本設計業務を完了するとともに、PFI導入可能性調査やコレクションの魅力向上を実施し、計画どおり事業進捗している。



新しい美術館の完成イメージ (基本設計より)

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
- 実績**
  - 大阪府市文化振興会議において、「大阪アーツカウンシルのあり方について」を取りまとめ
- 期末評価**
  - 「大阪アーツカウンシルのあり方について」に基づき、府市の文化事業や補助事業について評価・審査を実施した。また、平成30年3月末で任期満了となる統括責任者の公募・選考を行った。



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"> <li>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。</li> </ul>
策定時の数値	現時点	目標値	
9.8% (2015年)	⇒ 28.9% (2017年)	⇒ 40.0% (2020年)	

各プロジェクトの2017年度期末評価

※「資料6 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
- 実績**
  - 鑑賞プログラム延参加者数：2,190人
  - 育成プログラム延参加者数：433人
  - 参加事業者数（若手プロデューサー）：6者
  - メディア掲載件数：62件
- 期末評価**
  - プロデューサー等が自由に参加できる芸術文化魅力育成プロジェクトの「育成プログラム」を5プログラム実施し、トークセッションなどを通じて若手プロデューサーの育成につなげることができた。

芸術文化を将来へ継承させる青少年の育成

- 概要**
  - 大阪市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
- 実績**
  - 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ことを感じた/再認識した参加者の割合：87%
- 期末評価**
  - これまで芸術文化事業を実施したことがない区において、芸術文化事業の知識やノウハウを得る機会となったほか、区の特性を踏まえた事業を企画することができ、目標を達成することができた。



## 資料5 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年度期末評価

## 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			<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> </ul>
策定時の数値	現時点	目標値	
2,653,404人 (2015年)	⇒ 2,811,626人 (2017年)	⇒ 3,600,000人 (2020年)	

## 各プロジェクトの2017年度期末評価

※「資料6 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
- 実績
  - トップリーグの試合会場等でのプロモーション活動：27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：65.2%
- 期末評価
  - 大会2年前となる2017年度については、5月のプール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
- 実績
  - 海外ランナーエントリー数：13,962人
- 期末評価
  - 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り組みを行った結果、エントリー数は前年度より3,630人増加した。
  - 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
  - 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
- 実績
  - 大阪にゆかりのあるプロスポーツ7チームの年間主催試合での観客者合計数 280万人
  - 舞洲プロジェクトの事業実施体制を確立した
- 期末評価
  - 目標の観客者数には達しなかったものの、プロスポーツチームと連携したイベントの実施、ポスター等の配布を行うなど、様々な機会を通じて、大阪の都市魅力を発信することができた。
  - プロスポーツチームと連携し主催試合の招待や、プロスポーツ3チームと大阪市の4者が議論を行い、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、4者協働による付加価値の高い事業を実施することができた。



## 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）			<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> </ul>
策定時の数値	現時点	目標値	
40% (2015年)	⇒ 50.3% (2017年)	⇒ 50% (2020年)	

## 各プロジェクトの2017年度期末評価

※「資料6 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。
- 実績
  - 組織委員会と連携して閉会式開催候補地の視察を実施。（5か所）
- 期末評価
  - 3月に閉会式実行委員会の体制を決定し、閉会式開催候補地の視察を実施のうえ、会場選定及び内容等の整理及び調整を実施した。



## 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。
  - オリンピックやパラリンピックなどのトップアスリートを学校に派遣し、オリ・パラ等の開催に向けた機運醸成やスポーツマンシップの普及
- 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。
  - オリンピック・パラリンピックムーブメント教育の推進を通じた機運醸成
- 実績
  - 協力チーム数：11チーム、派遣校数：142校、参加児童数：11,055名
  - トップアスリート等による「夢授業」およびオリパラ教育を219校（小中学校及び高等学校）で実施。
- 期末評価
  - 目標数値は達成できなかったものの（参加児童数で92%）、チームの協力により、前年度と比較して派遣小学校数が増加した。また、いずれの派遣先小学校でも高い評価を得ている。
  - オリパラ教育を踏まえたトップアスリート等による「夢授業」を計画どおり実施することができ、市内の小・中学生に対してオリパラの機運醸成を高めることにつながった。



資料5 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年度期末評価

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			<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 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。</li> </ul>
策定時の数値	現時点	目標値	
15,280人 (2015年)	⇒ 21,683人 (2017年)	⇒ 23,000人 (2020年)	

各プロジェクトの2017年度期末評価

※「資料6 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
- 実績
  - ・ 学校法人大阪YMCAを指定管理法人に指定
  - ・ 国際バカロレア認定手続きの前倒し
- 期末評価
  - ・ 2019年4月開校に向けて、国際バカロレア認定手続きを当初予定よりも前倒して実施することができた。また2018年2月に学校説明会を開催したところ、多数の参加希望があった。引き続き開校に向けて受験希望者数の増加に繋がる取組みを実施していく必要がある。

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、大阪市等が企画する協働・交流プログラム（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
- 実績
  - ・ 交流プログラム 開催数：2件、参加者総数：8名、参加者アンケート満足度：100%
  - ・ 協働プログラム 開催数：22件、参加者アンケート満足度：93%
  - ・ 起業支援セミナー 開催数：2件、参加者総数：46名、参加者アンケート満足度：97%
- 期末評価
  - ・ 各プログラム・セミナーの開催件数・アンケート満足度については目標を達成しているが、参加者数については目標を下回る結果となった。
  - ・ 今後、参加者数増加を図るため、アンケート等からニーズを反映した、各プログラム・セミナーの実施内容の改善や、さらなる事業周知の強化が必要である。



グローバル人材育成事業

- 概要
  - ・ おおさかグローバル塾Plusや留学費用の一部助成により若者の海外留学を支援する。
  - ・ グローバル体験プログラムを通じて海外に興味を持つ若者の裾野を広げる。
  - ・ 友好交流先であるインドネシア・東ジャワ州及びベトナム・ホーチミン市との間で高校生を相互派遣し、国際的な視野を持った国際人材を育成する。
- アウトカム
  - ・ グローバルな視野をもった若者の育成
- 実績
  - ・ おおさかグローバル塾修了者の海外留学実績：2017年度までの累計 97人
  - ・ グローバル体験プログラム参加者のうち、世界に関心を持った割合：98.3%
  - ・ 相互派遣された高校生のうち、派遣された国への再訪を希望する者の割合：100%
- 期末評価
  - ・ おおさかグローバル塾修了者の海外留学実績が目標値をほぼ達成するなど、着実にグローバル人材育成の取組みを進めた。



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			<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 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。</li> </ul>
策定時の数値	現時点	目標値	
45,838人 (2015年)	⇒ 72,226人 (2017年)	⇒ 61,000人 (2020年)	

各プロジェクトの2017年度期末評価

※「資料6 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

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
- 実績
  - ・ OFIX災害時通訳・翻訳ボランティア新規登録者数：37名
  - ・ 防災訓練2回、研修会1回、市関係局会議2回
- 期末評価
  - ・ OFIX災害時通訳・翻訳ボランティアの新規登録者数は目標を上回った。
  - ・ 概ね計画通り訓練等を開催することができ、災害時ボランティア及び訓練参加者の防災意識向上が図れた。今後も大規模地震等の発生に備え、関係機関や大阪国際交流センター、ボランティア等と継続実施が必要。

グローバルイノベーション創出支援事業

- 概要
  - ・ うめきた先行開発区域の知的創造拠点「ナレッジキャピタル」内に開設した「大阪イノベーションハブ」において、世界から人材・資金・情報を引き込み、人材発掘、起業家マインド醸成、国内外ネットワーク構築、プロジェクト創出支援、海外ワークショップ、国際会議等のイノベーション創出を支援する事業を実施する。
- アウトカム
  - ・ 拠点の趣旨に賛同し新たに活動に参画又はSNS等でつながる人数：50,000人
  - ・ グローバル展開を見込まれるプロジェクト創出・推進支援件数：50件
- 実績
  - ・ ビーチイベント開催回数：45回
- 期末評価
  - ・ 年間290本のプログラムを実施し、大企業や関係機関等との連携を通じてプロジェクトを生み出したほか、海外とのグローバル規模でのネットワークを構築することができた。
  - ・ WEBサイトのリニューアル等により、情報発信の強化を図ることができた。
  - ・ 創出したプロジェクトをさらに成長・進化させるとともに、英語での情報発信の強化等に取り組む。



外国企業誘致推進事業

- 概要
  - ・ 大阪市・大阪府・大阪商工会議所で平成13年度に立ち上げた「大阪外国企業誘致センター（O-BIC）」事業により、オール大阪としての対外的なプロモーション活動や立地サポート及び外国経済団体等とのネットワークを活用するなど、大阪への外国企業等の誘致活動を行う。
- アウトカム
  - ・ 大阪への外国企業等の誘致促進
- 実績
  - ・ 誘致件数：42件
- 期末評価
  - ・ 大阪外国企業誘致センター（O-BIC）において、JETRO等主催の対日投資セミナーへの参加、米・サンディエゴでのライフサイエンス分野の展示会への出展、中国・深センでのセミナー主催といったプロモーション活動を展開、平成29年度の外国企業等の誘致件数は過去2番目に高い42件となった。