

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2018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)	⇒ 1,142万人 (2018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2018年度期末評価

※「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
- 実績**
 - 大阪IR基本構想(案)を取りまとめ
 - 事業者公募に向けた準備を実施
- 期末評価**
 - IR整備法や国の動向、IR推進会議での議論などを踏まえ、2019年2月に大阪IR基本構想(案)を取りまとめるとともに、アドバイザーも活用しつつ、事業性の検討・分析や開発条件、事業条件など具体的な事業設計を行い、事業者公募に向けた準備を実施した。



夢洲

万博記念公園の魅力創出

- 概要**
 - 2020年に迎える大阪万博50周年に向けた取組みを進める。万博記念公園駅南側の事業者誘致に向けた取組みを進め、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239万人（2018年度）
- 期末評価**
 - 大阪万博50周年に向けては、EXPO'70パビリオン別館の設置や特別展覧会の開催について検討を進めた。また万博記念公園駅周辺地区の活用方針の策定に向けた検討を進めた。



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進める。
- アウトカム**
 - 2019年度の世界文化遺産登録
- 実績**
 - イコモス審査への対応、PRイベントの開催など登録に向けた取組みを実施。
- 期末評価**
 - 現地調査において、関係機関と連携し、調査員に資産の価値や保全状況を説明するなど、イコモスによる審査に対応した。また、世界遺産としての価値や魅力を発信するため、シンポジウムや民間事業者と連携したPRイベント等を実施した。



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。
- 実績**
 - 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255万人、野球場269件、西の丸庭園24万人、豊松庵118件、音楽堂98件
 - 満足度調査：84%
 - 豊臣石垣公開施設の建築工事に着工した。
 - 【難波宮跡公園関連】
 - 有識者委員会議に「史跡等保存活用計画（案）」を諮り、了解を得た。
- 期末評価**
 - 【大阪城公園関連】
 - 大阪城公園PMO事業において、新規施設整備を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整備に向け、施設整備費積算業務及び展示の実施設計を予定通り行い、建築工事に着工した。
 - 【難波宮跡公園関連】
 - 「史跡等保存活用計画（案）」を踏まえ、関係部局との連携を図りながら、「難波宮跡公園整備計画」の取りまとめを行う。



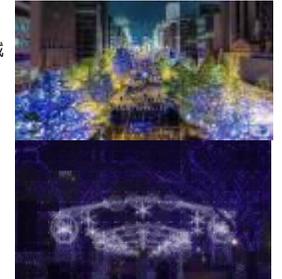
大阪城



豊臣石垣公開イメージ

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み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について、イチョウ並木を中心にインパクトあるイルミネーションを施した「大阪・光の饗宴2018」を実施し、国内外からの更なる誘客につなげる。
- 実績**
 - 大阪・光の饗宴全体の来場者数：約1,709万人（前年度比 約342万人増）
 - 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
- 期末評価**
 - コアプログラムである「御堂筋イルミネーション」では、御堂筋を光の川に見立て「流れる光」を演出し、北御堂で参加型プロジェクションマッピングを実施。「OSAKA光のルネサンス」では、開館100周年を迎える大阪市中央公会堂とのコラボレーションによる「百年の輝き」をテーマとしたウォールタリストーリーを中心に光のプログラムを充実させた。エリアプログラムでは、大阪市以外のエリアからの参加が昨年の6団体から10団体に拡大。これらの取組により大阪・光の饗宴全体の来場者数、連携実施する民間団体ともに目標をほぼ達成する成果を得られた。



国内外の人々を惹きつけるキラコンテンツの創出

- 概要**
 - 大阪のメインストリートである御堂筋を集客装置として活用して、非日常的なオンラインコンテンツを通じて大阪の魅力を国内外に発信し、多くの方に大阪を訪ねていただくための起爆剤となるイベントを実施。
- アウトカム**
 - 御堂筋を国内外に発信できる集客装置として活用して、国内外からの話題を集め、御堂筋・大阪の魅力を発信する。
- 実績**
 - テレビ・新聞・雑誌の掲載回数 84回、Web掲載回数 824回
- 期末評価**
 - トップアーティストによる音楽ライブやリアルな恐竜を御堂筋に登場させるパフォーマンなど、これまでにない企画と多彩なキャストによる1日限りの豪華共演「御堂筋ランウェイ」を開催。イベント開催前から話題となり、来場者数は40万人となった。当日の様子はテレビ、新聞、インターネット等で大きく取り上げられ、大きな反響を得た。



御堂筋オールドパーティ2018

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）	⇒ 1兆2,356億円（2018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めざす。

各プロジェクトの2018年度期末評価

※「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

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。また、大阪・梅田駅周辺において、鉄道事業者、地下街管理者、道路管理者等とともに、共通ルールに基づくサイン整備を行うことにより、来阪者、特に急増する外国人旅行者の周遊性・利便性向上を図る。
- アウトカム
 - ・ まちの魅力向上 ・ 観光客の周遊性・回遊性の向上
- 実績
 - ・ 来阪外国人旅行者数 1,142万人
 - ・ 延べ宿泊者数：3,990万人
- 期末評価
 - ・ 多言語による観光案内板の設置改修をはじめ、10市町村の18事業 に対して補助を実施した。また、多くの観光客が往来する大阪駅・梅田駅周辺エリアにおいて、鉄道事業者や地下街事業者とともに共通ルールを策定し、これに基づく案内サインの整備について、府市で協同した補助事業により支援を実施した(3事業者)。



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
 - ・ 広報カードを府内の観光案内所等で継続して配布することで周知促進を図るとともに、「ガイドライン」について、大阪北部地震を踏まえ、災害情報等の入手や伝達に関する手法の充実を図るなどの改訂を行い、公表。
- 期末評価
 - ・ 大阪府北部地震や台風21号の際に、大阪観光局や大阪府国際交流財団をはじめとする各関係機関と連携し、交通機関の状況等、外国人旅行者に対する各種情報発信や相談対応を実施した。
 - ・ ポータルサイトの周知促進を図るとともに、ガイドラインの改訂を行った。
 - ・ 大阪府ホームページについて、12言語に翻訳できる機能を導入するとともに、災害時にはトップページを切り替え、災害関連に特化した情報を提供できるよう見直しを行った。

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」10事業者に対し交付決定
- 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）	⇒ 251件（2017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めざす。

各プロジェクトの2018年度期末評価

※「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
- 実績
 - ・ IEEE VR 2019 (2019.3) 世界野球ソフトボール連盟総会 (2019.11) などの開催決定
- 期末評価
 - ・ 府・市・経済団体と連携し大阪MICE推進委員会を開催（12月）。大阪に集積する産業分野を活かしたビジネスやイノベーションの機会を創出するMICE誘致に向けて、ターゲットリス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。また、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（6月、11月）など、国、他都市の取組状況など情報収集を行い、戦略的なMICE誘致につなげた。



2019年G20大阪サミット開催に向けた取組みの推進

- 概要
 - ・ G20大阪サミットの成功に向けて、万全の警備のもと安全・安心な会議環境を確保するとともに、最高のおもてなしにより、大阪・関西の強みや魅力を世界に発信する。
- アウトカム
 - ・ G20大阪サミットへの理解・協力機運の盛り上げ。
- 実績
 - ・ 国や関係機関等と連携した防災・危機管理、保健医療対策等、安全・安心なサミット開催に向けた万全な準備
 - ・ 大阪・関西の食材等を提供等を活用した各国代表団等への最高のおもてなしの実現
- 期末評価
 - ・ 各種広報活動の展開（ポスター、リーフレット、各種PRグッズによる広報・周知 他）、住民・事業者等への周知（地元住民・事業者団体等への理解促進・協力要請 他）、市町村・関西広域連合・国関係機関との連携（関係行政機関との連携体制の構築 他）、会議の開催支援（外国公的機関等への視察対応 他）、宿泊予約センターの設置・運営、大阪・関西の魅力PR（協議会ホームページにおける「大阪・関西の魅力発信」 他）
 - ・ 各種広報活動の展開を図るとともに、住民・事業者への周知を行った。また、大阪・関西の多彩な魅力や強みを世界中に発信するため、在京外国人記者を対象にプレスツアーを開催するなど、G20大阪サミットの開催に向けた取組みを推進した。

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、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戦略の本格実施
- 期末評価
 - ・ 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観光案内所の運営、ナイトツーリズム振興をはじめとし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引き続き実施した。また、大阪版DMO戦略に基づく事業体制確立に向け、外部委託による事業の中間評価を実施し、事業等の見直しを行った。

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2018年度期末評価

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の魅力の再編集・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めざす。
策定時の数値	現時点	目標値	
3,037万人（2015年）	⇒ 3,990万人（2018年）	⇒ 3,600万人（2020年）	

各プロジェクトの2018年度期末評価

※「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

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：1,142万人（2018年）【速報値】
- 期末評価
 - 海外プロモーションについては、ターゲット市場へのマーケティング・リサーチを実施、それぞれの市場の旅行情報・形態・トレンドセッター等を把握し、戦略的なプロモーション活動を行った。
 - 国内プロモーションについては、国内市場からの誘客強化として、京都・大阪・神戸観光推進協議会（三都協議会）やJ R西日本と連携したプロモーション等を実施した。また、新施設等と連携して観光展への共同出展やファミトリップ等を行った。

各種プロモーションツールを活用した大阪の情報発信の強化

- 概要
 - 大阪観光局において、インターネットやSNS、ガイドブックやマップなどの各種プロモーションツールを活用し、多言語による効果的な情報発信を展開する。
- アウトカム
 - 誘客促進
- 実績
 - 来阪外国人旅行者数：1,142万人（2018年）【速報値】
- 期末評価
 - 観光情報サイト「OSAKA INFO」のリニューアルや、SNSを活用した6言語による大阪の観光情報の発信を行うなど、引き続き効果的な情報発信に取り組んだ。
 - また、ガイドブックなどのプロモーションツールの電子化を行い、観光客の利便性の向上を図った。



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利用して、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
 - 集客事業の参加者数：2,752投稿（4,912画像）
- 期末評価
 - テーマに沿って多言語で地域魅力を紹介する冊子を発行し（30,000部）、国内外の観光客に大阪の魅力を発信できた。併せて、Instagramを活用し府内の魅力スポットへの周遊を促進できた。（延べ投稿件数：2,752件（4,912画像）、投稿に対する「いいね！」数：218,796件）



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2018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"> 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、交流する都市をめざす。
策定時の数値	現時点	目標値	
10.8% (2015年)	⇒ 23.3% (2018年)	⇒ 40% (2020年)	

各プロジェクトの2018年度期末評価

※「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
 - 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：7件・28公演
 - 共催プログラム：11件・18公演
 - 報道実績：823件（新聞、テレビ、Web、SNS等）
 - 参加者数：438,213名
- 期末評価
 - 過去2回の実績を踏まえ、来年度に向け、更なる内容の充実に向けた取組みを進めていく。



新しい美術館の整備

- 概要
 - 大阪府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「大阪中之島美術館」を、2021年度の開館を目指して整備。
 - 「大阪中之島美術館」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、建設工事に着手するとともに、運営型PFI実施方針（案）の検討や、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）

大阪市中央公会堂100周年を契機とした魅力発信

- 概要
 - 2018年に開館100周年を迎える国指定重要文化財・大阪市中央公会堂の魅力を広げる行事を実施することで、引き続き大阪の誇る資産として魅力を発信していく。
- アウトカム
 - 中央公会堂開館100周年の機運醸成による中之島地区の魅力向上
- 実績
 - 連携事業数：14件
 - 開館100周年記念メイン事業参加者数6,300人
- 期末評価
 - 平成30年11月に実施したメイン事業では幅広い世代の新規来訪者があり、公会堂のPRにつながった。また、年間を通じた各種連携事業との相乗効果で平成30年度施設稼働率は過去最高の77.6%を達成し、中之島地区のにぎわいづくりに貢献した。



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めざす。
策定時の数値	現時点	目標値	
9.8% (2015年)	⇒ 25.1% (2018年)	⇒ 40.0% (2020年)	

各プロジェクトの2018年度期末評価

※「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めざす。
- アウトカム
 - 芸術文化の担い手の育成・支援
- 実績
 - 「大阪文化芸術フェス2018」において、アート作品展「ART stream 2018」を開催した。
- 期末評価
 - 大丸心齋橋劇場&イベントホールにおいて、9月28日・29日の2日間にわたり開催。関西一円で活動しているアーティスト・クリエイターに作品発表の場を提供。3000人の方に来場いただいた。本展「大阪文化芸術フェス実行委員会賞」受賞者には、江之子島文化芸術創造センターにおける個展会場の提供を行い、芸術文化の担い手支援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めざす。
- 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
 - 各区の特性や文化資源を活用した特色ある事業を実施できたと考える区長の割合：94%
- 期末評価
 - 17区が主体的に各区の特色を活かした芸術文化分野の事業を企画し、実施することができた。区と局が連携して事業を進めることにより、芸術文化事業の経験の少ない区でも事業を実施することができ、専門的な知識やノウハウを蓄積することができた。



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2018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"> 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めざす。
策定時の数値	現時点	目標値	
2,653,404人 (2015年)	⇒ 2,708,630人 (2018年)	⇒ 3,600,000人 (2020年)	

各プロジェクトの2018年度期末評価

※「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
- 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：32回
 - スポーツ等その他イベントでのPRプロモーション活動：80件
 - 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：72.0%
- 期末評価
 - 大会1年前となる2018年度については、5月に大会開催500日前に合わせた大会開催PRプロモーションを始め、9月の1年前、10月26日の花園ラグビー場での日本代表戦などの機会に合わせたPRプロモーションを実施できた。また、府域全体で、ポスター展開、マスコミを通じた情報提供、SNSによる情報発信を実施できた。



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：15,005人
 - 平成31年2月 大阪マラソン組織委員会において、新コース決定
- 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1,043人増加し、過去最高の15,005人となった。



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 271万人
 - プロスポーツチームが舞洲において管理している施設の集客数64万人
- 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、様々な機会を通して、大阪の都市魅力を発信することができた。
 - 6月の大阪北部地震及び9月の台風被害の影響等により施設利用のキャンセルが相当数発生したことにより、施設の集客数は目標を下回ったものの、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やスポーツ体験教室などを実施し、都市魅力の創出及び観光振興に寄与することができた。



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"> 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めざす。
策定時の数値	現時点	目標値	
40% (2015年)	⇒ 55.1% (2018年)	⇒ 50% (2020年)	

各プロジェクトの2018年度期末評価

※「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。
- 実績
 - 閉会式開催に向け、閉会式基本方針を策定。
- 期末評価
 - 5月に大阪府実行委員会を設立したうえで、閉会式基本方針を策定した。



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して、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：13チーム、派遣校数：137校、参加児童数：11,685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271校（小中学校及び高等学校）で実施。
- 期末評価
 - 協力チーム数は増えたものの、派遣校数及び参加児童数についてはともに目標に達しなかった。
 - 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」をほぼ計画どおり実施することができ、市内の小・中学生及び高校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2018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			
策定時の数値	現時点	目標値	
15,280人 (2015年)	⇒ 24,751人 (2018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めざす。

各プロジェクトの2018年度期末評価

※「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

グローバル人材育成事業	公設民営学校（国際バカレア等）の設置	留学生の住まい確保に向けた公的賃貸住宅事業者と大学連携事業	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
<ul style="list-style-type: none"> ■ 概要 <ul style="list-style-type: none"> ・ 高校生等海外進学支援事業（おおさかグローバル塾）により若者の海外進学を支援する。 ・ 実践的英語体験活動推進事業（グローバル体験プログラム）を通じて外国人に対する英語でのコミュニケーション感覚・能力の必要性に気付かせ、海外に興味を持つ若者の裾野を広げる。 ■ アウトカム <ul style="list-style-type: none"> ・ グローバルな視野をもった若者の育成 ■ 実績 <ul style="list-style-type: none"> ・ おおさかグローバル塾修了者の海外進学レベルの英語力の取得：45% ・ グローバル体験プログラム参加者のうち、英語の習得意欲が高まった割合：94%以上、海外に関する関心が高まった割合：96%以上 ■ 期末評価 <ul style="list-style-type: none"> ・ おおさかグローバル塾は40名全員が修了。高校3年生の修了生5名のうち2名が海外進学予定。2019年度より、英語力の中間測定を行うなど、海外進学レベルの英語力の習得率の向上を図る。 ・ グローバル体験プログラムについては、募集定員を超える2,326名（うち、中学3年生346名）の参加があり、参加者からのアンケート結果からも高評価を得ている。 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 概要 <ul style="list-style-type: none"> ・ 国家戦略特区を活用した公設民営学校として、国際バカ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 <ul style="list-style-type: none"> ・ 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 <ul style="list-style-type: none"> ・ 入学者選抜において、中学校は定員の6.34倍、高等学校は定員の1.08倍 ■ 期末評価 <ul style="list-style-type: none"> ・ 2019年4月開校に向けて、学校説明会を開催したところ、多数の参加希望があった。開校後も引き続き、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。 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 概要 <ul style="list-style-type: none"> ・ 留学生受入を実施・予定している大学や大学コンソーシアムと、公的賃貸住宅事業者間で、公的賃貸住宅をまとめて、賃貸借契約し、大学側が留学生に住宅を提供。これにより住居確保が困難な留学生に対して、安定した住環境の提供が可能となる。 ■ アウトカム <ul style="list-style-type: none"> ・ 住環境整備により来訪留学生の利便性の向上 ■ 実績 <ul style="list-style-type: none"> ・ 大阪市立大学と住宅供給公社において連携協定を締結 ■ 期末評価 <ul style="list-style-type: none"> ・ 大阪市立大学の留学生の安全、安心な住環境の確保と地域の貢献に資することを目的に連携協定を締結した。今後、留学生の居住を進めると共に地域コミュニティの活性化を図る。 ・ 府内の複数大学及び代行サービス業者へ訪問等を行い、制度について周知した。 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 概要 <ul style="list-style-type: none"> ・ 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、大学や経済団体等との連携により、企業の受け入れ促進や留学生の就職支援を実施する。 ■ アウトカム <ul style="list-style-type: none"> ・ 外国人高度専門人材の受入れ拡大 ■ 実績 <ul style="list-style-type: none"> ・ 留学生向け就職対策講座・企業見学会：8回 ■ 期末評価 <ul style="list-style-type: none"> ・ 留学生向け就職対策講座及び企業見学会を各8回実施した。 ・ 2019年度は大学、経済団体等と連携を図り、留学生や企業ニーズを踏まえた事業を実施することし、留学生の大阪への定着を図る。

目指すべき都市像 10. 出合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)	⇒ 90,072人 (2018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めざす。

各プロジェクトの2018年度期末評価

※「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

災害時多言語支援センター設置・運営訓練	外国人相談事業の充実	外国企業誘致推進事業
<ul style="list-style-type: none"> ■ 概要 <ul style="list-style-type: none"> ・ 災害時に多言語で外国人向けに相談や情報発信を行う多言語支援センターを設置することし、設置・運営に関する訓練を実施する。また、市町村などの災害時多言語支援体制の充実を図ることにより、外国人が安心して過ごせる社会を実現する。 ■ アウトカム <ul style="list-style-type: none"> ・ 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 <ul style="list-style-type: none"> ・ OFIX災害時通訳・翻訳ボランティア新規登録者数：33名、市町村における災害時多言語ボランティア確保事業：4市 ・ 防災訓練2回、研修会2回、市関係局会議2回 ■ 期末評価 <ul style="list-style-type: none"> ・ 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る33名の登録があった。今後とも市町村と連携し新規登録者の増加を図る。また、2018年の地震や台風等の災害を踏まえ、外国人旅行者の視点に立って、災害時に必要とする情報を「迅速」「的確」「かつ分かりやすく」提供する仕組み（ウェブサイト・アプリ）を構築するなど、外国人への災害時多言語支援の強化を図る。 ・ 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アンケートから防災意識向上が確認できた。大阪北部地震発生時には、想定していた対処法等では対応できない事例があったことから、災害時多言語支援センター運営に係る体制強化に向けマニュアル等の見直しが必要である。 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 概要 <ul style="list-style-type: none"> ・ 外国人が安心して快適に生活をおくり、大阪に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する。 ■ アウトカム <ul style="list-style-type: none"> ・ 外国人住民の定着 ■ 実績 <ul style="list-style-type: none"> ・ OFIX外国人相談件数：1526件 ・ 1日インフォメーションサービス来場者アンケート（満足度）：91% ・ 相談件数：119件 ■ 期末評価 <ul style="list-style-type: none"> ・ OFIXに委託し外国人相談事業を実施した。 ・ 入管法改正に伴う国の交付金を活用し、2019年3月にOFIXが実施する外国人ワンストップ相談窓口の整備を図り、2019年度から、言語数や相談時間の拡充を図ることとした。 ・ 昨年度より導入した遠隔地に住んでいる外国人でも相談できる電話相談については、前回よりも7件増加し計11件の相談があったことから、事業認知度については拡大していると思われる。大阪北部地震の影響もあり相談者（来場者）数が目標を下回ったが、満足度は上回った。 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 概要 <ul style="list-style-type: none"> ・ 大阪府・大阪市・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 <ul style="list-style-type: none"> ・ 大阪への外国企業等の誘致促進 ■ 実績 <ul style="list-style-type: none"> ・ 誘致件数：42件（うちアジアからの進出が8割） ■ 期末評価 <ul style="list-style-type: none"> ・ 大阪外国企業誘致センター（O-BIC）において、プロモーション活動を展開、平成30年度の外国企業等の誘致件数は過去2番目に高い42件を達成し、誘致実績は目標を達成した。