

資料4-1 目指すべき都市像ごとの2019年度期末評価（主要事業抜粋）

目指すべき都市像 1. 世界に誇れる自慢の都市

○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た。

百舌鳥・古市古墳群の魅力創出

概要

2019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。また、登録が実現した際の来訪者の増加に対応するため、資産の保存管理に配慮しつつ、来訪者が世界遺産としての価値や魅力を実感できるような取組みを進める。

アウトカム

2019年度の世界文化遺産登録

実績兼期末評価

2019年7月に開催された第43回世界遺産委員会において、百舌鳥・古市古墳群の世界遺産登録が決定した。



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めざす。

アウトカム

夢洲でのIRを含む国際観光拠点形成

実績

- ・実施方針（案）を策定
- ・「大阪IR基本構想」を策定および事業者公募手続き（RFP）の開始

期末評価

IR整備法や基本方針（案）を踏まえながら、IR推進会議での議論を経て大阪IR基本構想を策定した。また、RFCの結果や基本方針（案）などを踏まえ、実施方針（案）を策定し、RFPを開始するなど、区域認定申請に向けた準備を着実に実施した。



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

実績

舟運利用者数：101万人（見込み）

期末評価

- ・大阪城港への新たな公共船着場の整備については、詳細設計を行い、年度内に工事契約を締結し、水の回廊内の係留施設の整備については、基本計画を策定するなど、おおむね計画どおりに事業進捗した。
- ・本町橋周辺の拠点整備の工事を契約、水質向上に資する設備の設置に向け調整を進めており、おおむね計画どおり事業進捗した。
- ・水の回廊を中心とした水辺拠点などをつなぐクルーズの開発や、「水都大阪フェス2019」を開催する中で5か所の船着場を船等で巡るスタンパラー「水都 CRUISE」を実施するなど、魅力ある舟運の創出を図り、水都大阪の魅力と認知度を向上させ、水都大阪の更なる「成長」へ向けた取組みを着実に推進し、おおむね計画どおり事業進捗した。
- ・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、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に努めた。また、京阪神の5大学と連携し、SNS映えるモニュメントを制作・展示するなど、水都大阪の象徴となる風景（キー・スケープ）の発掘・発信につながるよう取組みを進め、おおむね計画どおり事業進捗した。

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出・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2019」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2,022万人
（前年度比約313万人増）
- 大阪・光の饗宴として連携実施する民間等の団体数：21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、調光により光を煌かせる演出を実施し、沿道に大型モニュメントを6カ所設置した。「OSAKA光のルネサンス」では、重要文化財の大阪市中央公会堂での光のアート作品を中心に、水都大阪のシンボル中之島に広がる水辺の風景を活かした光のプログラムを充実させた。エリアプログラムでは、参加が昨年の19団体から21団体に拡大。これらの取組みにより大阪・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達成する成果を得られた。



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218万人、野球場948件、西の丸庭園30万人、豊松庵132件、音楽堂94件 満足度調査：89%
- ・想定外の地中障害の発生に伴い、計画に多少の遅れが生じたものの建築工事及び発掘調査を着実に進めた。

【難波宮跡公園関連】

用地の繰り戻しを進めるとともに、一部事業計画の見直しが必要となったが、「難波宮跡公園整備計画」の素案を取りまとめ有識者委員会に諮るなど着実に事業を進めている。

期末評価

【大阪城公園関連】

- ・豊臣石垣公開施設の整備に向け、地中障害の発生に伴う工程の遅れが生じたものの、建築工事及びそれに伴う発掘調査を実施した。
- ・適切な管理・運営を継続しており、史跡案内板の整備や本丸エリアにおけるトイレの洋式化などの魅力向上事業も実施した。

- ・PMO事業開始から5年目を迎え、これまでの取組を振り返る5年評価を実施し、おおむね事業計画又は本市の定める水準どおりの効果が得られたと評価した。
- ・新型コロナウイルスの影響により、大阪城天守閣及び西の丸庭園の利用者数は目標値を下回ったものの、その他の利用者数、満足度についてはおおむね目標を達成した

【難波宮跡公園関連】

用地の繰り戻しを実施するとともに、「難波宮跡公園整備計画」（素案）をとりまとめ有識者会議に諮った。

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問していただくための起爆剤となるイテントを実施。

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

- 御堂筋オータムパーティー2019（開催日：令和元年11月4日）
- ・テレビ・新聞・雑誌の掲載回数 76回 うち首都圏メディアでの掲載取上げ回数 7回
- ・Web掲載回数 411回 ※連携イベント含む

期末評価

トップアーティストによるオープニングライブや国内外を問わず多くのファンがいるディズニーやピカチュウとのコラボなど、子どもから大人まで幅広い世代に向け、発信力のある企画を実施。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取り上げられ、大きな反響を得た。



万博記念公園の魅力創出

概要

2020年に迎える大阪万博50周年を記念した事業を進める。万博記念公園駅前周辺地区の活性化に向け、事業者誘致の具体化を図る。

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

約237万人（2019年）

期末評価

- ・大阪万博50周年事業については、東京において展覧会を開催し、首都圏の方々にも大阪万博の魅力を実感できた。
- ・駅前周辺地区の活性化については、大規模アリーナを中核とした大阪・関西を代表する新たなスポーツ・文化の拠点づくりを推進することとし、事業者の公募を開始した。

資料4-1 目指すべき都市像ごとの2019年度期末評価（主要事業抜粋）

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

○ 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し取り組んだ。

観光案内板等の整備促進	外国人旅行者の災害時における安全確保	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)
<p>概要 市町村及び公的な団体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。</p> <p>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</p> <p>実績 ・来阪外国人旅行者数 1,231万人【速報値】 ・延べ宿泊者数：4,451万人【速報値】</p>  <p>期末評価 府においては、多言語による観光案内板の設置改修をはじめ、8市町村の12事業 に対して補助を実施した。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、共通ルールに基づく案内サイン等の整備を実施した(4事業者及び大阪市建設局)。</p>	<p>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。</p> <p>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。</p> <p>実績 広報カードをリニューアルし、関空、鉄道会社、宿泊施設、観光案内所等、外国人旅行者が多く訪れる箇所へ配置した。「支援フロー」、「ガイドライン」の周知啓発を実施に加え、「ガイドライン」を簡略化した「リーフレット」の作成を行った。</p> <p>期末評価 国際課において、外国人旅行者防災アプリ「OsakaSafeTravels」を開発したことに伴い、従来のemergencyカードをリニューアルし、OsakaSafeTravelsの広報カードとして関空等の各所で配布した。今後も継続して配布していく予定である。「支援フロー」、「ガイドライン」の周知啓発を実施に加え、「ガイドライン」を簡略化した「リーフレット」の作成を行った。「リーフレット」は宿泊施設あてに順次配布していく予定である。</p>	<p>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な経費を補助する。2019年度は、コンテンツのさらなるクオリティ向上等を図るため、支援を充実するとともに、夜間公演等の実施場所の確保について検討を進める。</p> <p>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。</p> <p>実績 ナイトカルチャー発掘・創出事業補助金：5事業（うち補助上限1,500万円1事業）に対し交付決定。</p> <p>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の支援をすることで、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。</p>

目指すべき都市像 3. 多様な人材が集う観光・MICE都市

○ **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し取り組んだ。

MICE誘致の推進	大阪観光局運営事業（大阪版DMO推進事業）	2019年G20大阪サミット開催に向けた取組みの推進
<p>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受入体制の充実を図る。</p> <p>アウトカム 誘客促進</p> <p>実績 ・「情報処理学会 第83回全国大会」 2021年3月18日～20日 3,000名 ・「ロボティクス・メカトロニクス講演会 2021」 2021年6月6日～8日 2,000名</p> <p>期末評価 「大阪MICE推進委員会」を10月に開催し、今後、I R誘致が成功した場合に向けて検討を行っていくことを確認するとともに、観光局から泉佐野市でのMICEクラスター形成を支援していることなどが報告された。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（5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。</p>	<p>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む、大阪への来訪者・宿泊者数を増加させ経済効果の向上を図る。</p> <p>アウトカム 誘客促進</p> <p>実績 大阪版DMO戦略に基づく事業体制確立</p> <p>期末評価 「Osaka Night Out」（ナイトコンテンツの紹介）や「KANPAI OSAKA」（バリエーション）、「Deep Experience OSAKA」（参加体験型コンテンツの紹介）、「VISIT GAY OSAKA」（LGBT旅行者向けのサイト）に引き続き取り組むとともに、食・スポーツ・ウェルネスなどを大阪の新たな魅力として発信していく取組みを強化した。</p>	<p>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。</p> <p>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。 ・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・関西の食材の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</p> <p>実績 各種広報活動の展開（ポスター、チラシ、HP、SNS 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）</p> <p>期末評価 住民・事業者のご協力により、円滑な会議環境を確保し、「大阪」の名を冠したビジョン等の合意が実現した。また、協議会主催歓迎レセプションや大阪・関西魅力発信スペース、プレスツアーの実施により大阪・関西のおもてなし・魅力を発信するとともに、学生通訳ボランティア、配偶者プログラムでのシンポジウム参加を通じ、子ども・若者たちの参加を実現した。</p>

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

○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し取り組んだ。

国内外への戦略的なプロモーションの展開	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	魅力資源の結びつけによる府内各地の周遊性向上事業
<p>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、国内外からの誘客の促進を図る。</p> <p>アウトカム 誘客促進</p> <p>実績 来阪外国人旅行者数：1,231万人（2019年）【速報値】</p> <p>期末評価 海外市場では、継続的に旅行雑誌取材サポート、事業者向けインバウンド商談会等を企画・実施するとともに、ラグビーワールドカップ開催時は来阪者に大阪をPRする取組みも実施した。国内市場では、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するとともに、府域周遊の推進、他地域との広域周遊の促進にも取り組んだ。</p>	<p>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。</p> <p>アウトカム 誘客促進</p> <p>実績 来阪外国人旅行者数：1,231万人（2019年）【速報値】</p> <p>期末評価 継続的に観光局の公式HPである「OSAKA-INFO」やSNSで多言語で情報発信を行うとともに、マーケティング戦略に基づく夜間消費拡大や富裕層向けの情報発信を実施した。府内各地の周遊については、百舌鳥・古市古墳群の世界文化遺産登録（堺・藤井寺・羽曳野）やラグビーワールドカップ（東大阪）を特集するなかで、周辺地域情報の発信を行った。</p> 	<p>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。</p> <p>アウトカム 府域での集客・周遊の促進</p> <p>実績 民間事業者と協力し、冊子「DISCOVER OSAKA」をリニューアルして発行し（30,000部）、大阪の魅力を発信した。</p> <p>期末評価 民間事業者と協力し、冊子「DISCOVER OSAKA」をリニューアルし、府内各所で配布することで地域魅力の発信に貢献した。</p> 

資料4-1 目指すべき都市像ごとの2019年度期末評価（主要事業抜粋）

目指すべき都市像 5. 大阪が誇る文化力を活用した都市

- 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し取り組んだ。

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

大阪文化芸術フェス2019（開催期間：令和元年9月16日～同年11月17日）

- ・主催プログラム：11件・19公演
- ・共催プログラム：13件・65公演
- ・報道実績：798件（テレビ、ラジオ、新聞・広報誌、WEB等）
- ・参加者総数 33.9万人

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り組みを進めていく。



大阪中之島美術館の整備

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美術館を、2021年度の開館をめざして整備に取り組み、中之島地区の魅力向上に貢献していく。

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

実績

建設工事を進めるとともに、運営型PFI事業の事業者選定、契約を行った。

期末評価

2021年度の開館に向け、建設工事を進めるとともに、運営型PFI事業者の選定、契約を行い、計画どおり事業進捗している。



外観イメージ 設計：遠藤克彦建築研究所

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

- 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し取り組んだ。

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2019」において、10月25日（金）から27日（日）までの3日間、うめきた2期暫定利用区域において「BECAUSE This is it OSAKA」を開催

期末評価

「大阪文化芸術フェス2019」において、上記イベントを開催し、約1.5万人の来場者数に対し、様々な分野のクリエイターに作品を発表する場を提供した。



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ことと考える区長の割合：93.8%

期末評価

計画どおり事業を実施した。次年度以降は各区において芸術文化事業を実施していくが、引き続き区と局とが連携をすることで、区における芸術文化事業の推進を図っていく。



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

○ 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し取り組んだ。

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
ラグビーワールドカップ2019花園ラグビー場開催試合関連の観客者・入場者数：約14万人

期末評価
大会開催に向けた機運醸成を行い、大会開催時には、組織委員会などの関係機関と調整のうえ、円滑かつ安全な運営を実施した。また、試合会場では、視野制限席を除いた観客席についてチケットは各開催日も完売であった。ファンゾーンでは、来場者多数につき入場制限を行った結果、数値目標には届かなかったが、イベントとしては大盛況であった。



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：15,082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、国外エントリー数は15,082人、出走者数は5,007人、ともに過去最高となった。また、コース変更に伴いセントラルフィニッシュとなったことで、大阪名物の飲食など大阪の都市魅力に触れる機会がより多くなった。



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

○ 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し取り組んだ。

関西ワールドマスタース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、ワールドマスタースゲームズ2021関西の閉会式開催に向けて取り組む。

アウトカム
ワールドマスタースゲームズ2021関西の開催に伴う機運醸成を図る。

実績
計画どおり閉会式開催計画を策定した。

期末評価
計画どおり閉会式開催計画を策定した。また、策定にあたり大会組織委員会とミーティングを実施するなど、協働・共有した。



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アン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：90校、参加児童数：6,715名
・オリンピック・パラリンピアンを小学校や府内のスポーツイベントに派遣 9回（競泳、アーティスティックスイミング、バドミントン、ソフトボール、アーチェリー等）
・アンケートを実施した参加者のうち、運動・スポーツに興味・関心を持った割合78%
・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206校（小学校）で計217回実施。

期末評価
・協力チーム数について目標を達成した。派遣校数及び参加児童数については、ともに目標は達成できなかったものの、いずれの派遣先小学校でも高い評価を得ている。
・オリンピック・パラリンピアンを小学校や大型商業施設9カ所（延べ11名）に派遣した。アンケート結果から、参加児童の78%が運動・スポーツに興味・関心を持ったという回答があった。また、「夢・授業」を通じ、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4-1 目指すべき都市像ごとの2019年度期末評価（主要事業抜粋）

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

○ 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し取り組んだ。

グローバル人材育成事業

概要

- ・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

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進学レベルの英語力の習得：72.5%
- ・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%
- ・海外に関する関心が高まった割合：96%

期末評価

- ・おおさかグローバル塾は高校3年生の修了生14名のうち9名が海外進学予定。2019年度は英語力の中間測定の実施等により、海外進学レベルの英語力の習得率が向上（2018年度45%→2019年度72.5%）。2020年度はさらなる習得率の向上に努める。
- ・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2,117名（うち、中学3年生261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。



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する。

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

- ・入学者選抜において、中学校は定員の4.94倍
- ・高等学校は定員の1.28倍

期末評価

- ・2019年4月の開校。
- ・令和2年度入学に向けて、学校説明会を開催したところ、多数の参加希望があった。
- ・今後も引き続き、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。

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

○ 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し取り組んだ。

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とし、設置・運営に関する訓練を実施する。また、外国人旅行者の視点に立ち、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

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

- ・災害多言語情報ウェブサイト・アプリ「Osaka Safe Travels」の開発・運用開始
- ・交通・宿泊事業者等を対象とした災害時の多言語対応講座の実施回数：10回
- ・OFIX災害時通訳・翻訳ボランティア新規登録者数：36名 防災訓練・研修会の実施件数：8件 市関係局会議の開催回数：6回

期末評価

- ・外国人旅行者の視点で、災害時に必要とする情報を「迅速」「的確」かつ「分かりやすく」提供するための、災害多言語情報ウェブサイト・アプリ「Osaka Safe Travels」を開発。
- ・2020年2月から運用を開始。交通、宿泊事業者等を対象とした、災害時の多言語対応講座を実施し、多言語への対応や意識啓発を促した。
- ・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36名の登録があった。今後も大学等と連携し新規登録者の増加を図る。
- ・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。
- ・新型コロナウイルス感染症拡大防止により、中止せざるを得なかった説明会や研修会があった。
- ・今後も、大規模な災害に備え、区役所と連携し、多言語支援センター運営マニュアルを実践的に検証しながら実効性を高めていく。

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過ごし、大阪を住みやすい都市として認識し、定着を促すため、外国人のための相談窓口や、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

外国人住民の定着

実績

- ・OFIX 外国人相談件数：2,204件 ihouse 外国人相談件数：3,518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）：87% 相談件数：181件

期末評価

- ・入管法改正に伴い創設された国交付金を活用し、外国人相談窓口について、夜間や日曜の開設、対応言語増加など機能を拡充。生活や就労等の相談のほか、新型コロナウイルス感染症関連の相談にも対応した。
- ・相談会については、満足度が目標値よりやや下回ったものの、たくさん情報を得ることができて満足しているという意見が多かった。
- ・一方で、分野によっては待ち時間が長く、十分な相談時間がとれなかったという意見もあり、今後運営体制の工夫が必要である。

