

## 重点課題 1

自己評価

## 【大阪のまちの魅力を創り育て、発信】

部分達成

～府民に「明るく」「楽しく」「わくわく」を約束します～

府民文化部長セルフレビュー（自己点検）

## 課題意識

大阪のまちの魅力を創り育て発信していくことが、「大阪は元気になった。笑顔が増えた」と府民が実感することにつながると認識しています。都市魅力創造は、イベントだけでなく、内外から人・モノ・資金をひきつける大阪の都市戦略そのものであり、府民文化部長は、全庁のコーディネート機能を果たすべきと考えています。

## 実施プロセスと成果

施策推進上の目標及びアウトプット指標については、9割以上目標を達成したと考えています。水都大阪 2009 や御堂筋イルミネーションを初めとする各種イベントでは、予想を超える来訪者となるとともに、御堂筋イルミネーションと上海万博には、目標額を超える寄附が確保できました。多くの府民・企業の皆様のご理解、ご協力により目標達成につながりました。

観光については、知事によるプロモーションは着実に実施しましたが、明確な観光戦略や新しい施策の打ち出しができなかったことと併せて、全国的な観光客数の減少や新型インフルエンザの影響もあり、来阪外国人観光客数の目標達成は難しい状況となっています。

アウトカム指標については、現在調査中のものもあることから、評価は困難ですが、中間評価時点での数値から、大阪への「愛着心」や「活気・にぎわい」などに関し、府民の方に概ね満足していただけているのではないかと考えています。

## 今後の方向

施策を実現したことで満足することなく、平成 21 年度の実績について、府民の意見を聞きながら、チェック・評価・課題整理を行い、次年度の事業につなげていきます。

今後も、アピール力や効果の大きい戦略性のある施策を実施しながら、他都市を圧倒する大阪の魅力を創出していきます。

## 平成 21 年度 of 取組結果・実施状況

### 《その実現に向けて、今年度何をするのか？～施策推進上の目標》

マニフェストの内容	取組結果・実施状況
1 都市魅力の創造のための戦略の策定 大阪の都市魅力創造の方向性を示す戦略を策定(H21.7 予定)	・大阪府都市魅力創造戦略を策定(H21.12)
2 大阪の都市魅力をアップさせる各種イベントの開催 御堂筋イルミネーションの本格実施(H21.12～H22.1): 1 億円の寄附 大阪ミュージアム特別展の開催(年 20 回): 河内地域を中心に実施 水都大阪 2009 の開催(H21.8～10): ブランドイメージの確立・発信 御堂筋 kappo2009(H21.10)、大規模スポーツイベント開催	・年度当初目標の1億円の寄附を確保(H22.3 末現在:164,942 千円) ・大阪ミュージアム特別展の開催(H21.4～22.3:43 回開催、河内地域を中心に地域の魅力づくりを推進) ・「大阪＝水都」というブランドイメージを確立・発信する水都大阪 2009 を52 日間にわたり開催(H21.8.22～10.12)。 ・御堂筋 kappo2009 の開催(H21.10.11)、大阪サイクルイベントの開催(H22.3.14)、大阪マラソン開催準備委員会の設置(H21.8.27)
3 大阪の魅力を世界に PR 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:トッププロモーション(3 回)、近隣府県等連携の観光プロモーション(1 回)を展開 上海万博(H22 開催)への大阪出展成功に向けた着実な取組み (1 億円以上の協賛金確保)	・知事によるトッププロモーションを実施 韓国(ソウル):7/20～22、セミナー参加者約 70 名 タイ(バンコク):8/24～28、セミナー参加者約 160 名 ベトナム(ホーチミン):1/20～22、セミナー参加者約 170 名 ・3 府県知事による観光プロモーションを実施 中国(浙江省):12/22～24、セミナー参加者数約 150 名 ・上海万博出展協賛金目標額の 1 億円以上を確保(H22.3 末現在:111,133 千円)

《その取組みにより、何をどのような状態にするのか？～アウトプット》

マニフェストの内容	取組結果・実施状況
1 各種イベントにおける来訪者等目標の達成 御堂筋イルミネーション来訪者数(150万人+) ) 大阪ミュージアム特別展への参加者数(10万人) 水都大阪 2009 来訪者数(100万人) 御堂筋 kappo2009 の来訪者数 40万人	・御堂筋イルミネーション来訪者数:160万人(推計) ・大阪ミュージアム特別展への参加者数:60万人(H21.4～22.3 末。参加者数が把握困難なイベント除く) ・水都大阪 2009 の来訪者数:190万人 ・御堂筋 kappo2009 来訪者数:40万人
2 海外における大阪の都市魅力・イメージの向上 来阪外国人観光客数 230万人(H20:222万人)  上海万博事前広報・マスメディア掲載件数:20件 (*H22 目標:大阪館来場者数 140万人)	・来阪外国人観光客は、5月中旬以降発表予定 <参考>訪日外国人旅行者数 679万人(H21.1～12 推計値:前年同期比 18.7%) ・上海万博広報件数:53件

《その取組みにより、何をどのような状態にするのか？～アウトカム》

マニフェストの内容	取組結果・実施状況
大阪への「愛着心」や「活気・にぎわい」などに対する府民の満足度の向上 ・大阪に愛着を感じている府民の割合 (H21.8 時点 73.2% H21 年度末目標値 75%) ・大阪は楽しいまちだと思っている府民の割合 (H21.8 時点 66.6% H21 年度末目標値 75%) ・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 (H21 年度末目標 80%) ・「水都」といえば「大阪」と考えている府民の割合 (H21.9 時点 50.0% H21 年度末目標値 70%) ・外国からの観光客や留学生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 (H21.9 時点 14.56% H21 年度末目標値 60%) ・上海万博に大阪の出展を知っている府民の割合 (H21.9 時点 26.9% H21 年度末目標値 60%) ・“世界生活環境調査”(住みやすい都市)ランキング(マーサー社(米国)調べ) (H20 年度 44 位 H21 年度末目標値 44 位超え) ・外国人が興味を持っている都道府県ランキング(ジャパンガイド調べ) (H20 年度 6 位 H21 年度末目標値 6 位超え)	・調査中 <結果判明予定 6月頃> ・調査中 <結果判明予定 6月頃> ・H22.1 時点 80.8% 【目標達成】 ・H22.4 時点 46.7% ・調査中 <結果判明予定 7月頃> ・H22.4 時点 46.8% ・<結果判明予定 6月頃> ・H21.3 末時点 5 位 【目標達成】

## 重点課題 2

自己評価

# 【大阪の文化振興に関するビジョンの策定】

～大阪らしい文化のあり方を示します～



### 府民文化部長セルフレビュー（自己点検）

#### 課題意識

厳しい財政状況の下、文化振興についての行政の役割を明確にし、新しい方向を示す必要があるとの認識に立って、「大阪文化振興新戦略」を策定しました。

#### 実施プロセスと成果

文化振興会議の委員や府民からご意見をいただき、行政の役割をサポート役であると位置づけ、自律と創意が拓く「文化自由都市大阪」を目指す新しいビジョンを平成22年3月に策定いたしました。

また、大阪センチュリー交響楽団についても、マーケティング・リサーチによる府民意見を踏まえつつ、関係者との協議を重ね、自立化をめざすという(財)大阪府文化振興財団の取り組みを支援することとし、府としてのビジョンを策定しました。

ワッハ上方については、関係者との協議や戦略本部会議での議論を重ね、府の役割を整理した上で、大幅なコスト縮減や集客目標の設定を前提に現地存続するという方針を提示しました。

施策推進上の目標は全て達成できましたが、アウトプットについては、今回示したビジョンや方向性に基づく施策展開を踏まえて目標を設定していきます。

#### 今後の方向

文化の主役は府民であることを再認識し、行政が果たすべきは、府民の“自律と創意”が最大限に発揮され、自主的な文化活動が活発に行われるようサポートに努めることであるという視点で、今後、文化の力を大阪全体の活力につなげていけるよう施策展開をしていきます。

## 平成 21 年度の取組結果・実施状況

### 《その実現に向けて、今年度何をするのか？～施策推進上の目標》

マニフェストの内容	取組結果・実施状況
大阪の文化振興に関するビジョンの策定(H22.3) ビジョン中に「大阪らしい文化のあり方」「文化振興における府の役割」「文化を通じた次世代育成のあり方」を盛り込み、府民の皆さんに提示	・文化振興会議において審議：「諮問」(H21.8.6) 「答申」(H22.2.1) ・府案についてパブリックコメント(H22.2.24～3.25) ・「大阪文化振興新戦略(第2次大阪府文化振興計画)」策定(H22.3.31)
大阪センチュリー交響楽団のあり方ビジョンの策定(H21.7) 府民に納得してもらえる楽団のあり方と方策を提示。	・H21.5～6: アンケート調査を実施(対象:府民、センチュリーファンクラブ) ・府文化振興財団(大阪センチュリー交響楽団)との楽団のあり方協議を経て、戦略本部会議(H21.12.16)において、「自立化」をめざす財団の取組みを支援する府としての将来ビジョンを策定。
ワッハ上方のあり方を提示(H21.6) 府の役割を明らかにし、具体的移転先でのあり方と方向を提示。	・戦略本部会議(H21.7.23)において、ワッハ上方が今後果たすべき役割について整理した上で、通天閣に移転する方針を決定。 ・その後、関係者から、官民協働を強力に進める提案を受け、改めて戦略本部会議(H21.12.25)において議論し、現地存続する方針を決定。

### 《その取組みにより、何をどのような状態にするのか？～アウトプット》

マニフェストの内容	取組結果・実施状況
次年度以降、新たなビジョンに基づく施策展開を踏まえ、業績目標を設定します。	

### 《その取組みにより、何をどのような状態にするのか？～アウトカム》

マニフェストの内容	取組結果・実施状況
文化への府民のふれあいや満足度などの向上 ・“人が集い、文化が花開く大阪”になったと思う府民の割合 (H21.8 時点 33.1% H22 年度末目標 50%) ・過去 1 年間に府内で芸術作品を見に行ったことのある府民の割合(H21.8 時点 43.2% H22 年度末目標 55%) ・大阪センチュリー交響楽団を知っている府民の割合 58.9%	・調査中 <結果判明予定 6 月頃> ・調査中 <結果判明予定 6 月頃>

## 重点課題 3

自己評価

# 【大阪の高校生等の夢をはぐくむ教育の推進】

取組中

～ 高校生や専修学校の生徒が自分の力で未来を切り開くことができる教育環境を創ります～

### 府民文化部長セルフレビュー（自己点検）

#### 課題意識

生徒・保護者の視点から、高校生や専修学校の生徒が経済的理由により夢をあきらめない就学環境をつくるとことや、多様な進路を選択できる職業教育を充実させること、また公立と私立が切磋琢磨して教育の質を向上させることが必要であると認識しています。今回の国の授業料無償化の制度改正を踏まえ、生徒・保護者が公立・私立高校を自由に選択できる施策の推進に取り組んでいます。

#### 実施プロセスと成果

施策推進上の目標及びアウトプット指標については、ほぼ目標を達成しました。また公私教育のあり方についても、マーケティング・リサーチを実施し分析を行うなど、関係部局と連携しながら検討を進めてきました。

私立高等学校授業料臨時減免事業や高校授業料無償化などの国の制度改正等を踏まえた就学支援策の具体化に取り組んでおり、22年度入試においては、私立の専願率が4年ぶりに上昇し、平均倍率も過去最高となりました。今後も府内私立高校の協力も得ながら生徒・保護者を支援していきます。

府育英会奨学金については、滞納額回収のための法的措置やPRなどを着実に実施していることから、回収実績も向上してきており、「滞納ゼロ作戦」の成果が現れてきていると考えています。

また、専修学校に大阪発「産学接続コース」を創設するなど「職業教育ナンバーワン」への取組みも本格的に展開しています。

#### 今後の方向

22年度も引き続き就学支援等の取組みに力を注ぐとともに、23年度に向け、公立・私立高校における学校間の競争条件を整え、生徒・保護者の学校選択の自由度を拡大できるよう、私学助成全体のあり方なども含めて、府としての支援策を検討していきます。

## 平成 21 年度の取組結果・実施状況

《その実現に向けて、今年度何をするのか？～施策推進上の目標》

マニフェストの内容	取組結果・実施状況
<p>1 経済的理由で夢をあきらめない高校就学支援</p> <p>家計急変等により就学困難となる私立高校生に対する就学支援策の実施</p> <p>保護者負担の公私間格差是正</p> <p>府育英会奨学金の「滞納ゼロ作戦」による貸付資金の確保</p>	<p>・5月、育英会「滞納ゼロ作戦」スタート(民間金融機関0B6名を採用)</p> <p>・9月、国交付金を活用し「高校修学支援基金」(100億円)、「私立高校授業料臨時減免事業」(10億円)を創設 <b>*朝日1面[家計急変世帯の私立高校就学支援]</b></p> <p>・11月、知事「高校就学セーフティネット」宣言【全国初】 <b>*朝日1面[私立無償化]</b> 350万円未満世帯の私立高校授業料実質無償化を制度設計</p> <p>・12月、府内私立高校全てが知事の無償化方針に協力 <b>*読売、朝日、産経、毎日等</b></p> <p>・3月、「私立高校生等授業料支援補助金」(65億円) <b>*朝日教育面[全国一手厚い]</b></p>
<p>2 公私の切磋琢磨による教育の質の向上</p> <p>「教育日本一」に相応しい公私の教育力の目標設定</p>	<p>・8月、「公私教育」のあり方について目標設定 (1)経済的事情によらず、公立、私立の学校選択ができる、(2)学校間の競争(切磋琢磨)を促し、教育の質を向上させる、(3)予算の最適配分により、府民負担を極力小さくする</p>
<p>3 多様な進路から夢をつかむ職業教育の充実 (「好きなことで一生食べていける力」を育てる)</p> <p>高校生に職業適性診断や職業人との交流機会等を提供するモデル事業「16歳のハローワーク」の実施</p> <p>専修学校による大阪発「産学接続コース」のガイドラインづくりと普及</p>	<p>・4月、「16歳のハローワーク事業」スタート <b>*読売1面[橋下改革 民間と提携]</b> 高校生を対象に、リクルートの職業適性診断や職業教育の機会を提供</p> <p>・9月、大阪発「産学接続コース」ガイドライン <b>*読売1面、産経1面、朝日で事例紹介</b> 企業の人材育成を専修学校が受託する専門学校の特別コース</p> <p>・1月、「16歳のハローワーク事業」(高校生の「キャリアデザイン」発表会)</p> <p>・3月、350万円未満世帯の高等専修学校授業料実質無償化 <b>*産経等[全国初]</b></p>

《その取組みにより、何をどのような状態にするのか？～アウトプット》

マニフェストの内容	取組結果・実施状況
<p>1 高校就学支援 家計急変等による就学困難となる私立高校生への就学支援の対象を拡大(*H20:134人)</p> <p>保護者負担の公私間格差の是正</p> <p>奨学金滞納額の減少 (*H23年度末想定滞納額(約68億円)を8.5億円減)</p>	<p><u>家計急変等により就学困難となる私立高校生への就学支援</u>            施策:「私立高校授業料臨時減免事業」(21年度9月補正予算)を創設            ・実績:家計急変(失業、所得減)で授業料を減免した生徒数466人</p> <p><u>保護者負担の公私間格差の是正</u>(年収350万円未満の低所得世帯については公立高校と同様に私立高校の授業料の実質無償化)            ・施策:「私立高校生等授業料支援補助金」(22年度当初予算)を創設            ・特徴:施設整備費を含む、学校側も差額分負担【全国一手厚い制度】            ・実績:授業料が実質無償化となる私立高校の生徒数12,700人(予定)</p> <p><u>奨学金滞納額の減少</u>            ・施策:「滞納ゼロ」作戦(滞納9月から支払督促、既債務名義者への集中督促、強制執行)            ・実績:21年度想定滞納額56億円を53億円に圧縮(3億円)</p>
<p>2 公私の高校教育のあり方 公私教育力の評価指標に対する目標値の設定</p>	<p>公私教育のあり方について検討(政策企画部、教育委員会と連携)</p>
<p>3 職業教育の充実 21年度職業教育モデル事業の参加高校数を設定(公私10校、約2,600人)</p> <p>専修学校に大阪発「産学接続コース」を創設(20コース)</p>	<p><u>職業教育ナンバー1事業</u>(高校生向けの職業アセスメントプログラム)            ・施策:「16歳のハローワーク」(リクルート職業適性診断、職業教育体験など)            ・実績:公私10校の高校1年生2,600人がプログラムに参加            進路について考える生徒の割合が10%増加</p> <p><u>職業教育ナンバー1事業</u>(大阪発「産学接続コース」の創設)            ・施策:「産学接続コース」ガイドラインの発行            ・実績:3月に専門学校10校25コース開講            21年度のモデルコース(6校、約150人)の就職率100%</p>



《その取組みにより、何をどのような状態にするのか？～アウトカム》

マニフェストの内容	取組結果・実施状況
<p>教育環境等について、高校生や保護者による満足度の向上</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・夢を持っている高校生の割合 (H21.8 時点 62.7% H21 年度末目標 65%)</li> <li>・卒業時に進路未定の高校生の割合(学校基本統計調査(H21.3 速報)) (H21.3 時点 9.5% H21 年度末目標 9.0%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・調査中 &lt;結果判明予定 6 月頃&gt;</li> <li>・&lt;結果判明予定 8 月頃&gt;</li> </ul> <p>【参考】<u>年収 350 万円未満世帯への私立高校授業料無償化の効果</u> (21 年度入試結果)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・不況で公立志向が進み、公立高校が狭き門に 定時制で初の不合格者(167 人)</li> <li>・高校進学率が 1.2 ポイント低下し、約 850 人が全日制高校への進学を断念</li> <li>・私立専願率が低下し、私立高校入学者が前年度比 1,423 人減少</li> </ul> <p><b>公立無償化で「公立志向」に拍車 経済的理由から就学断念する生徒増が懸念</b></p> <p>↓ * <u>350 万円私立無償化と公立枠拡大による「就学セーフティネット」</u></p> <p>(22 年度入試結果)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・府立定時制は全員合格(市立定時制不合格者 34 名は補欠募集で対応)</li> <li>・高校進学率(7 月頃判明予定)</li> <li>・私立専願率が増加(前年比 + 0.48 ポイント)、平均倍率が最高の 3.44 倍</li> </ul> <p><b>低所得世帯において、公私を問わず「<u>自由な学校選択</u>」が可能に！</b></p> <p>【参考】<u>職業教育ナンバー1事業の波及</u> (国へ制度改善提案) * 中教審「キャリア教育・職業教育部会」などでも紹介</p> <p><b>英数国理社だけではない「<u>複線型の教育ルート</u>」の実現</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・高校と高等専修学校の単位互換(文科省「専修学校協力者会議」)</li> <li>・高等専修学校への授業料支援、中学校の進路指導のあり方( " )</li> <li>・高等専修学校における職業教育に特化した独自カリキュラム</li> <li>・職業適性診断テストと評価授業を高校の正規授業化(高校版「職業ガイダンス」)</li> </ul>

## 重点課題 4

自己評価



### 【府立大学のあり方の提示】

～府民をはじめ大阪のための府立大学を目指し、府立大学のあり方を示します～

#### 府民文化部長セルフレビュー（自己点検）

##### 課題意識

厳しい財政状況、大学間競争の激化という背景の中で、「税金を投入するのにふさわしい大学」「府民に支持される強い大学」をめざすため、平成21年度中に府立大学の具体的な改革の方向性を示す必要があるとの課題認識のもと、大学改革指針を策定しました。

##### 実施プロセスと成果

マーケティング・リサーチ結果や私立大学関係者、外部有識者の方々からのご意見も得ながら検討を重ね、戦略本部会議で議論し、9月に府としての問題提起を行いました。大学においても府の問題提起を真摯に受け止め、11月までという短い期間にも関わらず、活発な議論を重ねて、選択と集中による4学域の展開、地域貢献の強化、経営の改革を柱とする独自改革案が示され、12月の戦略本部会議で了承されました。そして、府議会の議論を経て、平成22年3月に府としての今後の府立大学の具体的な方向を取りまとめました。

アウトプットについては、本指針で示した方向性に基づき、今後目標を設定していきたい。

アウトカムについては、現在調査中ですが、常に「府民や企業、世界から高い評価を受ける大学となっているのか」という問題意識を持って、府立大学の存在意義を高めるためのPR等に取り組んでいきます。

##### 今後の方向

平成22年度は、本指針に基づく中期目標（案）を策定し、議会の議決を経て、大学に提示するとともに、大学においては、それを踏まえた中期計画を策定するなど、平成23年度からの新大学スタートに向け、取組みを進めていきます。

## 平成 21 年度の取組結果・実施状況

### 《その実現に向けて、今年度何をするのか？～施策推進上の目標》

マニフェストの内容	取組結果・実施状況
1 府立大学のあり方の方向性の提示 (府民や企業の評価を考慮) H21.5 末 府立大学の評価アンケートを実施 (対象:府民、在阪企業等) H21.6 素案に基づき議論のうえ、一定の基本方向を提示 H22.3 末 具体的な方向を提示	・H21.5～6 マーケティング調査の実施・分析 ・H21.7 知事と私立大学関係者との意見交換 ・H21.9 戦略本部会議において府立大学の現状・評価を分析し、問題を提起。今後、大学側に改革案を求めることとし、再度、年内に議論することを決定。 ・H21.12 大学から改革案が提示される。 ・大学改革案を戦略本部会議(H21.12.16)で議論、了承。

### 《その取組みにより、何をどのような状態にするのか？～アウトプット》

マニフェストの内容	取組結果・実施状況
施策の具体的な方向に応じ、次年度以降、業績目標を設定します。	

### 《その取組みにより、何をどのような状態にするのか？～アウトカム》

マニフェストの内容	取組結果・実施状況
府民や企業、世界から高い評価を受ける大学 ・府立大学が魅力的な存在であり、都市格の向上につながっていると実感する府民の割合 (H21.10 時点 27.0% H21 年度末目標値 30%) ・大阪産業界に貢献できる有為な人材を供給していると実感する府民・企業の割合(府民 H21.10 時点 29.4% H21 年度末目標値 30%) (企業 H21.10 時点 32.7% H21 年度末目標 35%) ・高い研究機能を有するなど、府立大学が地域に貢献(特に産業振興への貢献)できる大学となっていると実感する府民・企業の割合 (府民 H21.10 時点 29.8% H21 年度末目標値 30%、企業 H21.10 時点 35.6% H21 年度末目標値 40%) ・研究機能での全国ランキングの向上(文部科学省調べ) 科学研究費補助金採択件数 (H21 年度 32 位 目標値 32 位以上) 共同研究実績件数 (H20 年度 13 位 目標値 13 位以上) 受託研究実績件数 (H20 年度 27 位 目標値 27 位以上) ・世界大学ランキング(上海交通大学調べ)(402 位～501 位 目標値 402 以上) ・大学の地域貢献度ランキング(日経グローバル調べ) (4 位 目標値 4 位以上)	・調査中 <結果判明予定 7 月頃> ・調査中 <結果判明予定 7 月頃> ・調査中 <結果判明予定 7 月頃> ・<結果判明予定 7 月頃> ・<結果判明予定 5 月頃> ・<結果判明予定 10 月頃>

## 重点課題 5

自己評価

## 【戦略的広報と究極の情報公開、広聴の一体的な推進】



～ 府民と府庁の垣根をなくします～

## 府民文化部長セルフレビュー（自己点検）

## 課題意識

広く浅くの広報からターゲットに応じた戦略的広報に転換し、府民視点に立った統一感のあるわかりやすい情報発信を実現すること、大阪府が保有する情報は本来府民のものであるという視点で、一層の情報の公開に取り組み府政の見える化を実現すること、府民の声をしっかりと把握して府政に活かしていける仕組みづくりを進めることが必要であると認識しています。

## 実施プロセスと成果

府ホームページ・府政だよりのリニューアルや施策の意思形成プロセスの公表、府民の声システムの導入・運用など、施策推進上の目標はほぼ達成できました。

戦略的広報を進めるため、「広報の武器」の蓄積をめざし、民間人材による民間とのタイアップ企画に一定の成果をあげたものの、新たな広報媒体の開発や全庁の全ての広報活動の統括機能を十分に果たすには至りませんでした。

全職場において意思形成プロセスの公表や、府民の声を業務改善や施策反映に活かす「オープン府庁」の取組みを実施するには、段階実施を踏まえた検証、基準やマニュアルの設定、各部局の理解と協力を得ることなどが必要であり、引き続き実施職場の拡大に取り組んでいきます。

アウトプットとアウトカムについては、府ホームページのアクセス件数や府民お問合わせセンターの電話ワストップ 回答率などは目標を達成していますが、府メールマガジン登録者数や大阪府の意思形成プロセスが分かりやすいと思う府民の割合等は目標未達成であるため、全体として部分達成と評価しています。

## 今後の方向

これまでの取組みを検証しつつ、その成果を踏まえて、戦略的広報と究極の情報公開の実現に向けた取組みを強化していきます。

## 平成 21 年度の取組結果・実施状況

《その実現に向けて、今年度何をするのか？～施策推進上の目標》

マニフェストの内容	取組結果・実施状況
<p>1 府民への情報発信の取組み (府政を身近に感じてもらう取組みを実施) H21.8 府 HP のリニューアル</p> <p>H21.11 府政だよりのリニューアル</p> <p>H21.8～12 府メールマガジン「維新通信」登録者の拡大キャンペーン</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・H21.8.5 府 HP をより見やすく使いやすくリニューアル 各部局の取組ページを共通様式に統一。音声読み上げやふりがなに対応。検索機能の強化。</li> <li>・H21.12.2 府トップページの「大阪府の主張」を「橋下知事の主張」に変更し、「関空・伊丹プロジェクト」など掲載情報を随時更新(12.2～12.31 8本掲載)。</li> <li>・府トップページの大画像は、大阪ミュージアム構想、御堂筋イルミネーション、大阪光のルネッサンス、MIDWAY OSAKA など一押しテーマを随時更新。(12.2～12.31 画像を4回更新)。施策アピールの強化として、画像の切り替えを、7秒/枚 4秒/枚に短縮。</li> <li>・府トップページを活用した府政情報の積極的な公表。H21.12.2 府内市町村間の施策などの比較ができる「私のまち 隣のまち」を設置。H22.1.22 「大阪府発！先進施策」を設置。H22.2.10 「知事公約」の進捗を設置。</li> <li>・H21.11.1 府政だより(11/1 発行)リニューアル</li> <li>・インパクトのある紙面構成に変更。ターゲットを意識したコーナーの新設。</li> <li>・リピート読者の獲得をめざす連載企画の開始。読みやすいよう左開きに変更。</li> <li>・読まれやすい環境づくりとして発行日を変更(1日発行から第1日曜日へ)</li> <li>・H21.12.9 メルマガ拡大キャンペーン(携帯サイト)の実施</li> <li>・H22.1～3 メルマガ拡大キャンペーン(外部媒体との連携)を実施 イベント(3箇所)などあらゆる機会を通じて登録を呼びかけ。民間メールマガジン(2件)、雑誌(1件)へ登録呼びかけ記事を無料で掲載</li> </ul>
<p>2 「広報の武器」の蓄積(広報戦略の根幹たる基盤整備を実施) 新しい広報媒体の開発 外部とのネットワークの構築</p> <p>スタッフのスキルアップ</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・府政に関心の薄い若い世代をターゲットとした Web ページ開設の検討</li> <li>・外部ネットワーク(人脈)を活用した広報活動(38社に府政情報掲載の協力を依頼、掲載実績17社、27件:まいど子どもカードや防災のちらし等チラシやリーフレットの製作タイアップ)</li> <li>・府職員向け広報セミナーの実施(年3回(6/22、8/25、11/9)実施、のべ102人受講)</li> </ul>

<p>3 府政情報の積極的な公表 (施策の意思形成プロセスの公表) H22.1 意思形成プロセスを時系列・わかりやすい形で府HPに公表</p>	<p>・H22.1.27 府民文化部で「業務・施策プロセスの見える化」の試行実施を開始。 府ホームページに業務・施策の検討から実施までのプロセスを時系列でわかりやすく掲載した専用ポータルサイトを設置。</p>
<p>4 府民お問合せセンター、情報プラザにおけるサービス充実 (迅速、的確、ホスピタリティ) 府民お問合せセンターでのサービス向上  情報プラザのサービス内容の充実</p>	<p>・新型インフルエンザに係る休日・時間外の相談等窓口を府民お問合せセンターに開設(H21.5.20～5.31)。 ・府内12ヶ所の情報プラザで、ふるさと納税の受付、上海万博募金の受付を実施。 ・9ヶ所の情報プラザで、市営住宅入居募集資料の配布など。</p>
<p>5 府民の声を施策に反映(事務事業の改善に反映) H21.6 府民の声システムの運用実施(全職員対象)</p>	<p>・府民の声システム拡充への段階実施 H22.2.10 府民の声の登録を府民課単独から府民文化部へと広げるとともに、職員や知事を通じて寄せられた意見についても府民の声システムに登録。 (2月1,305件3月2,247件 合計3,552件)</p>

### 《その取組みにより、何をどのような状態にするのか？～アウトプット》

マニフェストの内容	取組結果・実施状況
<p>1 広報媒体の府民周知度の向上 府政だよりの閲読率(*H20:75.3% H21:80%) 府HPトップページアクセス件数 (*H20:52万件/月 H21:60万件/月)  府メールマガジン登録者拡大(H20:1.5万人 H21:3万人)</p>	<p>・府政だよりの閲読率((H22.3調査)73.2%) ・府HPトップページアクセス件数(H21.4～3平均):65万件/月 (大画像を活用した御堂筋イルミネーション、大阪まるごと大売出しキャンペーン事業が月10万アクセス超え。新設「イベントカレンダー」が毎月7万アクセス。) ・府メールマガジン登録者拡大:(H22.3末現在)20,606人(うち携帯サイト登録660人)</p>
<p>2 施策のプロセス公表を実施した課数の増加 H20:ゼロ H21:3課</p>	<p>・H22.1.27 府民文化部4課(広報課、府民課、情報公開課、府民活動推進課)において試行実施。</p>
<p>3 府民お問合せセンターにおける電話ワンストップ回答率の向上 H20:65% H21:80%</p>	<p>・お問合せセンターの電話ワンストップ回答率(H21.4～H22.3平均):86.2%</p>
<p>4 府民の声を業務改善や事業立案の検討に活用 H21:30件</p>	<p>・H22.2.10から業務改善や事業立案の検討に活用した府民の声件数:28件</p>

《その取組みにより、何をどのような状態にするのか？～アウトカム》

マニフェストの内容	取組結果・実施状況
<p>府政の情報発信などに対する府民の満足度の向上</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・府政情報発信に対して満足している府民の割合 (H21.8月時点 33.3% H21 年度末目標 70%)</li> <li>・府政の事業に対して興味・関心を抱いている府民の割合 (H21.8月時点 66.9% H21 年度末目標 70%)</li> <li>・施策の意思形成プロセスがわかると感じる府民の割合 (H21.8月時点 22.0% H21 年度末目標 70%)</li> <li>・府民お問合せセンター・情報プラザの窓口対応に満足している府民の割合 (H21.9月時点 お問合せセンター86.2% H21 末目標 90% H21.9 時点 情報プラザ 94.4% H21 年度末目標 95%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・H22.4 時点 27.4%</li> <li>・H22.4 時点 64.6%</li> <li>・H22.4 時点 16.7%</li> <li>・H22.3月時点 お問合せセンター85.9% 情報プラザ 92.3%</li> </ul>

## 重点課題 6

自己評価



## 【大阪の地域力の再生～小学校等と連携した地域の力を育てます～】

## 府民文化部長セルフレビュー（自己点検）

## 課題意識

大阪の地域コミュニティを再生するためには、「公立小学校等の運動場の芝生化」で萌芽した動きを本格化させ、住民主体の様々な地域活動の活性化の動きを広げていくことが重要であり、縦割りではなく府庁内が一体となって総合的に施策を展開する必要があると認識しています。

## 実施プロセスと成果

「地域力再生に向けた取組み方針」については、関係機関等との調整に時間を要したことなどから時期が遅れましたが、十分に協議を重ね、平成 22 年 2 月に策定することができました。策定過程において、課題や目指すべき方向性を庁内で共有し、一丸となって地域にアプローチしてきたことから、府域における地域力再生に向けた気運も醸成されてきたのではないかと考えています。

また、校庭の芝生化や学校支援地域本部の設置など、地域力再生に向けた全庁あげての取組みも着実に進んでおり、各市町村や地域における主体的な取組みも広がりつつあります。

施策推進上の目標については、ほぼ目標を達成できましたが、アウトプット・アウトカムについては、現状把握や取組み方針を踏まえ、次年度以降目標を設定していきます。

## 今後の方向

22年度から23年度の2年間で、地域力再生支援事業補助金を活用し、小学校に学校支援地域本部をはじめとする地域住民の交流・活動拠点を整備するとともに、この活動拠点を活用し、小学校区単位で防犯、防災、高齢者の見守りなど、市町村・住民主体の取組みが府域全体に本格的に広がるよう庁内関係課はもとより、土木事務所等とも連携し支援していきます。



## 平成 21 年度の取組結果・実施状況

《その実現に向けて、今年度何をするのか？～施策推進上の目標》

マニフェストの内容	取組結果・実施状況
<p>1 「地域力再生に向けた取組方針(案)」の策定及びモデル事業の実施                      H21.5～6 小学校区等地域と協働している府施策の把握・地域活動の現状・ニーズ把握                      H21.7 府施策の有機的ネットワーク化、府・市町村・地域連携による地域活動への参加促進策の検討</p> <p>「地域力再生に向けた取組方針(案)」策定、モデル事業の実施(H21.7 素案、H21.9 案、H21.10～モデル事業)</p> <p>H21.10～地域における先進的取組事例の紹介、地域支援人材バンク(仮称)の試行実施                      H22.1 取組みの検証</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・関係部局へ照会・取りまとめを行い、府施策を把握済み。また、地域力再生・地域協働の取組み等を実施している府内 14 市、3 地域団体からヒアリング済み。</li> <li>・把握した施策を「安心安全」「教育」「福祉」など分野ごとにパッケージ化。地域の課題に即座に対応できるよう府施策集として取りまとめ(H21.7)、引き続き、地域活動への参加促進策を検討中。</li> <li>・「大阪府における地域力再生に向けた取組方針」を策定(H22.2)。</li> <li>・地域の事情はそれぞれ異なるため、既に各地域で地域力再生に向け、校庭の芝生化をきっかけとした地域防犯・防災等幅広い地域力づくりの取組みを実施中であることから、モデル事業を作り地域へ普及させていくという手法は採用しなかった。(H22 年度は、防犯・防災・高齢者の見守りなど地域の最優先課題の活動の立ち上げに必要となるインシャルコストを補助する地域力再生支援事業補助金を創設。)</li> <li>・先進的取組事例等の紹介が行えるよう、ホームページを立上げた(H22.2)。</li> <li>・大阪府地域活動支援アドバイザー紹介制度を立上げた(H22.2)。</li> </ul>
<p>2 全庁挙げた地域力再生に向けた取組みの推進(オール府庁体制)</p> <p>「小学校の運動場の芝生化推進事業」の推進(環境農林部、都市整備部、教育委員会)</p> <p>地域と連携した総合治安対策の推進:「地域安全センター」「少年補導センター」の整備(政策企画部)</p> <p>府内全中学校区(291 校区)で、学校支援地域本部を設置し、地域教育活動を活性化:H20 年度で既に 234 校区に設置済み(教育委員会)</p> <p>「3つの朝運動(朝食・あいさつ・読書)」に取り組み、府内全市町村参加のフォーラムを開催(教育委員会)</p> <p>府民や企業と連携した泉佐野丘陵での大規模緑地づくり、道路環境づくり等の推進(都市整備部)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・小学校の運動場の芝生化(59校)</li> <li>・参加した地域団体(293 団体)</li> <li>・地域安全センター(14 小学校区)</li> <li>・少年補導センター(4 箇所)</li> <li>・学校支援地域本部(261 中学校区で設置済み)</li> <li>・「地域による3つの朝運動」の実施(169 中学校区)</li> <li>・「こどもの生活習慣づくりフォーラム in おおさか」の実施(H22.1.30)</li> <li>・緑地づくりボランティアリーダー養成講座を 30 名受講(うち修了基準達成:21 名)</li> <li>・剪定枝のチップ化機械など企業から 2,200 万円相当の支援を確保</li> <li>・社会貢献活動企業数(H20:49 社 H21:88 社 目標 15 社増が 39 社増)</li> </ul>

## 《その取組みにより、何をどのような状態にするのか？～アウトプット》

マニフェストの内容	取組結果・実施状況
現状把握や取組方針を踏まえ、次年度以降、施策の具体的な方向に応じた業績目標を設定します。	

## 《その取組みにより、何をどのような状態にするのか？～アウトカム》

マニフェストの内容	取組結果・実施状況
住民や地域団体等の地域活動への参加拡大により、地域力の再生の効果を測定した上で、目標値を設定します。 (指標例) ・地域活動が以前より活発化していると思う府民の割合 (H21.9 時点 23.1%      H21 年度末目標値 25.0%)	・調査中 <結果判明予定 7 月頃>