

部局長マニフェスト

府民文化部長マニフェスト(案)



府民文化部長
福田 昌弘

私の思い

府民文化部では、部のコンセプトである「府民の目線 府民が起点 めざせ府民満足度No1！」を基本に、部内職員が一丸となって施策を展開してきました。

施策内容は、教育や消費者保護、地域力の再生といった暮らしに密着したことから、人権尊重や男女共同参画など誰もが安心して自分らしく生きられる社会づくり、スポーツ・文化振興や国際交流・観光振興などを含めた大阪の都市魅力の創造、さらに、府が有する情報の積極的な公表など非常に多岐に渡っています。

今年度は、従来の都市魅力創造や教育、府政情報発信の3点に加えて、人口減少・超高齢社会の中で、大阪の活力を維持・向上するための取組みを重点課題に掲げました。府民の声・現場の声を敏感にキャッチし、今までのやり方や考え方のズレを点検し、引き続き、「府民の目線」をベースにした施策で全庁をリードしていくという使命を果たしていきます。

府民文化部が創設されて三年目であり、様々な課題に一定の成果を出し、「実」をあげたいと思っております。

【重点課題】

- ① 都市魅力の創造による、大阪の活力の向上
～「明るく・楽しく・わくわくするまち・大阪」を目指し、だれもが安心して暮らし、生きる喜びを感じ、未来に希望をもてるまち、を民間と府民とともに創造します～
- ② 大阪の国際化・集客力の強化
～新たなエンターテインメント機能を創出し、国内外から多くの人・モノ・カネを呼び込み、大阪の集客力強化を図るとともに、人材・技術の国際競争力を高め、大阪の国際化を推進します～
- ③ 子どもたちの夢と希望をはぐぐむ「教育・日本一大阪」の実現
～高校や専修学校の生徒に質の高い教育を提供することができるように、公私が共通の土俵で切磋琢磨できる教育環境を創ります～
- ④ 脱お役所の戦略的広報と究極のオープン府庁を徹底的に推進
～役所の殻を打ち破り、ターゲットに効果的に届く広報を実現するとともに、究極の情報公開、広聴の一体的な推進にとことん取り組みます～
- ⑤ 誰もが自分らしく生きることのできる定住魅力の向上
～「住んでみたい」「住み続けたい」と誰もが思える大阪を目指し、魅力向上に取り組みます～

府民文化部の施策概要

府民の目線 府民が起点 めざせ 府民満足度No.1
～「府民の目線」をベースにした施策で全庁をリード～

大阪の都市魅力を創造し、「人を呼び込む大阪」
「人を集める大阪」「人を育てる大阪」へ

- ★都市魅力の創造による、大阪の活力の向上 ⇒ 【重点課題①】
(トータルプロデュース、ミュージアム構想、水と光とみどりのまちづくり、
世界遺産登録、大阪マラソン等)
- ★大阪の国際化・集客力の強化 ⇒ 【重点課題②】
(万博公園活性化、IRプロモーション、観光客誘致、国際化戦略等)
- 文化振興新戦略の推進

私立学校、府立大学を通じた
「教育・日本一大阪」の実現

- ★子どもたちの夢と希望をはぐくむ「教育・日本一大阪」の実現
(公私の切磋琢磨、育英会奨学金、職業教育等)
⇒ 【重点課題③】
- 府立大学の改革推進

情報の公開・発信・共有を徹底し、
府民と府庁の垣根をなくす

- ★脱お役所の戦略的広報と究極のオープン府庁を徹底的に推進
(全庁の広報を統括、府政情報の積極的な公表、府民の声を府政に
反映等) ⇒ 【重点課題④】

人権が尊重され、誰もが安心して自分らしく、
快適に暮らせる社会づくり

- ★誰もが自分らしく生きることのできる定住魅力の向上 ⇒ 【重点課題⑤】
(女性の活躍できる環境づくり、私立幼稚園預かり保育、地域力の再生、
平和情報発信)
- 府民の心に響く人権施策の展開
- 配偶者等からの暴力を許さない社会づくりの推進
- 中核的消費生活センターとしての機能強化による府民の安心・安全な消費
生活の実現
- 府民にとって最適なパスポート手続きに向けた取組み

【重点課題 ①】

都市魅力の創造による、大阪の活力の向上 (1)

～「明るく・楽しく・わくわくするまち・大阪」を目指し、だれもが安心して暮らし、生きる喜びを感じ、未来に希望をもてるまち、を民間と府民とともに創造します～

①何を目指すのか、目指すべき方向は？

戦略課題
の目標

○大阪の魅力を創出する事業をトータルプロデュースし、府民の大阪への愛着や誇りを醸成するとともに、大阪らしいにぎわいづくりをすすめることで、地域を活性化し、経済効果を高め、新たな都市魅力を生み出します。

②その実現に向けて、今年度何をするのか？

■都市魅力創造戦略の推進

都市魅力創造におけるコーディネートやPDCAサイクルの検証を行うなど全庁の総合調整を図ります。なお、今年度は、都市魅力創造戦略^{【解説1】}の目標年度となるため、新たな目標設定や24年度以降のプロジェクト展開に加え、民間やNPO等の動きと連携して様々な提案を行っていくことにより、新たな都市魅力を生み出していきます。

■大阪ミュージアム戦略プランに基づくトータルプロデュース

大阪ミュージアム構想の推進

大阪の魅力を創出する事業を、民間も含めてトータルプロデュースし、大阪ミュージアムのブランド力をより高める取組を行います。

(取組内容)

●大阪ミュージアム特別展^{【解説2】}の開催：北摂地域を重点地域に地域の魅力づくりを推進し、集客を図る。

⇒《アウトプット》 特別展への参加者数：前年度比1割増

●ホームページ等による情報発信：OSAKA LOVERS CM コンテスト^{【解説3】}などにより、大阪の魅力・元気を内外に発信する。

⇒(アウトプット)大阪ミュージアム構想HP年間アクセス数：トップページビュー48万PV又は全ページセッション数 24万人
(アウトプット)CMコンテスト応募件数：100件

●いいデザイン100プロジェクト^{【解説4】}：公共空間やメディアのデザイン公募を行い、若手クリエイターやデザイナーに活躍の場を提供するとともに、まちに新たなデザインを創り出す。

⇒(アウトプット)公募により創り出されたプロジェクト数：50件
(参考：H22～23年度：100件)

■水と光とみどりのまちづくりの推進

水と光とみどりを活用した魅力あるまちづくりや賑わいの創出を進めます。

(取組内容)

●水都大阪の推進

・市、経済界、企業、市民、NPOなどオール大阪と連携し、「水と光のまちづくり構想」を策定、官民プラットフォームづくりを進めます。【23年7月構想策定予定】

・これと連動し、大阪府として水辺の利活用を促進する具体的な方針や方策をとりまとめ、市や経済界などと共有していきます。【24年3月計画策定予定】

・同時に、八軒家浜天神祭観覧企画^{【解説5】}や大阪ふれあいの水辺利活用試行^{【解説6】}など、本格運用時にビジネスモデルとなる事業を実施します。

●御堂筋イルミネーション

・日本最長・最大級のイルミネーションで世界に類を見ない美しい光のまちを創ります。今年度もデザインをさらに魅力的にブラッシュアップし、南に500m 延伸した心齋橋エリアまで実施します。また、事業実施期間中、周辺店舗等と連携して賑わいづくりに取り組みます。

・24年度以降の事業実施については、事業継続についてのアンケートなどにより事業効果を検証の上、検討します。

⇒《アウトプット》 来訪者数：168万人超 《参考》H22実績：168万人

●中之島にぎわいの森づくり^{【解説7】}の実現に向けた取組み

・みどりを活かしたにぎわいづくりとして、中之島の堂島川の川辺のみどりと遊歩道をつなぎ、河川沿いの回遊性を高めるとともに、みどり豊かな空間の中ににぎわいを創出するための全体計画を作成します。

今年度は先行的に、2ヶ所で民間事業者による店舗等、にぎわいを創出するための施設や店舗等と一体となった森を整備します。

⇒《アウトプット》 中之島にぎわいの森オープン：平成24年春

施策推進上の目標
アウトプット

【重点課題 ①】

都市魅力の創造による、大阪の活力の向上 (2)

～「明るく・楽しく・わくわくするまち・大阪」を目指し、だれもが安心して暮らし、生きる喜びを感じ、未来に希望をもてるまち、を民間と府民とともに創造します～

②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
アウトプット

■百舌鳥・古市古墳群【解説8】世界遺産登録を目指した取り組みの推進

5年後の世界遺産登録を目指し、教育委員会と連携しながら、堺市・藤井寺市・羽曳野市と共同で①推進体制の整備②効果的な情報発信のトータルプラン策定③府民の機運醸成に取り組めます。

⇒《アウトプット》 大阪府が世界遺産登録のための活動を行っていることを知っている府民の割合 (新規設定指標: 発射台を把握後目標設定)

■大阪のまちを府民やアーティストなどの活動の場にする取り組み

市町村や経済界、民間NPO等と連携しながら、イベントの開催などを通じて、大阪のまちを府民やアーティストなどの活動の発表の舞台にする取り組みを行い、人々が元気になり愛着を覚えるまちの実現を図ります。

(取組内容)

●御堂筋kappo【H23.10】等の開催:大阪のシンボルである御堂筋を歩行者に開放し、イベントを実施することで、御堂筋の魅力を国内外に発信し、一層のにぎわいを創ります。

⇒《アウトプット》 御堂筋kappoを引き続き開催すべきとする府民の割合 前回(55.1%)超

●おおさかカンヴァス推進事業【解説9】の拡充と検証:作品展示数を大幅に増やすとともに、集中的に作品展示するコアエリアを設定し、さらに発信力を高めます。また、本年秋頃までに、今後の事業のあり方を示します。

⇒《アウトプット》 応募件数が募集件数(40件)の2倍以上かつ来場者の過半数がよかったと評価すること

■大阪を元気にする大規模スポーツイベントの開催

●第1回大阪マラソン【解説10】【H23.10.30】の開催:大阪のランドマークを42.195kmにちりばめ、「お祭り」の要素をふんだんに取り入れた、大阪ならではのマラソン大会を開催することにより、府民・市民が一体となって大阪を盛り上げ、大阪の魅力を国内外に大きく発信します。

⇒《アウトプット》 次回開催を希望する府民の割合:50%以上

●大阪サイクルイベント【解説11】【H24.3】の開催:「大阪湾 洲(シマ) 巡り」をコンセプトに、普段走行できないコースを設定した大阪独自の新たな都市型スポーツイベントとして、「大阪サイクルイベント」を開催し、大阪の魅力を発信、地域活性化を図ります。

⇒《アウトプット》 次回開催を希望する府民の割合:50%以上

③その取り組みにより、何をどのような状態にするのか？

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 (例)

アウトカム

- 「自分の住んでいる地域に愛着を感じている府民の割合」〈将来ビジョン実施状況調査〉
H23.3: 64.4% ⇒ 70%
- 「大阪は楽しいまちだと思っている府民の割合」〈将来ビジョン実施状況調査より算出〉
H23.3: 62.7% ⇒ 70%
- 「水辺に親しみを感じるようになったと思う府民の割合」(新規設定指標: 発射台を把握後目標設定)
- 「大阪のまち全体が文化活動・発表の場になっていると思う府民の割合」〈おおさかQネット〉
H23.3: 23.0% ⇒ H24.3: 34.0%
- 都市魅力度ランキング〈ブランド総研〉調べ
H22.9: 7位 (H22年度の結果(H23.9 頃判明予定)を踏まえ目標値を設定)

【重点課題 ②】

大阪の国際化・集客力の強化 (1)

～新たなエンターテインメント機能を創出し、国内外から多くの人・モノ・カネを呼び込み、大阪の集客力強化を図るとともに、人材・技術の国際競争力を高め、大阪の国際化を推進します～

①何を目指すのか、目指すべき方向は？

戦略課題
の目標

- 新たなエンターテインメント機能(非日常空間)を創出し、国内外から多くの人・モノ・カネを呼び込み、大阪の集客力強化を図ります
- 人材・技術の国際競争力を高め、大阪の国際化を推進します

②その実現に向けて、今年度何をするのか？

■万博記念公園の活性化の取組み

万博記念公園のにぎわいづくりに向けた取組みを進めます。

(取組内容)

- 独立行政法人日本万国博覧会記念機構に係る閣議決定により、大阪府への移管が決定した万博記念公園事業について、同機構所有資産の承継、万博記念基金の取り扱いなど、年内を目途にその内容を固めるべく国等と実務的な協議を進めます。
- 大規模集客施設の立地を目指し、万博記念公園南側ゾーン活性化事業者の選定を行い、選定された事業者との契約締結に向けた取組みを進めます。

■統合型リゾート立地のためのプロモーション

コンベンション施設、ホテル、レストラン、ショッピングモール、シアター、テーマパークなどにカジノを併設した統合型リゾートの府内立地に向けた取組みを進めます。

(取組内容)

- 海外の事業者や関係行政機関に対する、施設の状況、青少年などへのセーフティネット対策等についての調査・検討を踏まえ、大阪に相応しい統合型リゾートの基本コンセプト素案をとりまとめます。(23年8月頃)
- 統合型リゾートについて広く府民の理解をいただくため、シンポジウムを開催します。(秋頃)
- アンケート調査などにより府民の意向を踏まえた上で、基本コンセプト案としてとりまとめ、国における「統合型リゾート」に関する法制化の動きに即応していきます。

■中国を中心に観光客誘致をはじめとする集客取組みの推進

中国を中心に観光客誘致を図るためのプロモーションや受入環境整備を進めるなど、集客の促進に努めます。

(取組内容)

- 旅行先としての大阪のイメージアップを図るため、民間の資金協力も得て、魅力あるプロモーション映像を作成し、中国個人観光客をターゲットとした、コストパフォーマンスの高い大阪のメディアプロモーションを展開します。
- 沖縄県と連携したコラボレーションツアー造成を促進します。
- 外国人旅行者が利便性・快適性を実感できるよう、IT技術を活用した観光情報の提供など、受入環境の整備を推進します。
- 商工労働部と連携し、上海万博大阪出展で得たノウハウや成果を活用して、アジアをターゲットにした効果的な大阪プロモーションを実施することにより、経済交流と観光集客を図り、新たなツアー造成など、目に見える成果を上げます。
- 国際的な映画祭など大規模なイベントの誘致を目指します。

⇒《アウトプット》中国での現地プロモーションの実施
今年度中に沖縄連携コラボレーションツアーを造成
受入環境の整備については、事業コンペによる内容決定後に改めて目標を設定
トッププロモーションを年3回実施し、ツアー造成については、取扱件数対前年比10%増加
H23年来阪外国人旅行者数:250万人 <参考>H21年:170万人

■国際化戦略の実現に向けた取組み

世界に通用するグローバル人材を育てます。

(取組内容)

- 大阪府の友好交流先等とのネットワークを活用して、府内の高校生等に留学先の教育機関の情報や外国の文化、生活情報を提供する留学支援を行うなど、教育委員会等の取組みと連携してグローバル人材の育成に努めます。
- 商工労働部や大学等と連携し、外国人留学生と海外留学経験のある府内の学生を対象とした合同企業説明会を開催する就職機会の提供などを通じ、グローバル人材の活躍の場を創出します。

⇒《アウトプット》大阪から海外に留学する学生数・生徒数:H22年度の数値を把握後、数値目標を設定 <参考>H20年度:1684人

施策推進上の目標
アウトプット

【重点課題 ②】

大阪の国際化・集客力の強化 (1)

～新たなエンターテインメント機能を創出し、国内外から多くの人・モノ・カネを呼び込み、大阪の集客力強化を図るとともに、人材・技術の国際競争力を高め、大阪の国際化を推進します～

③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

大阪の「国際化・集客力」などに関する府民満足度の向上
(例)

- 大阪が国際的な都市と思える府民の割合(新規設定指標。発射台を把握後、数値目標設定)
- 世界の都市総合カランキング<財団法人 森記念財団 都市戦略研究所調べ>
H23.2 18位 ⇒ 18位超 (10年後5位以内)

【重点課題 ③】

子どもたちの夢と希望をはぐくむ「教育・日本一大阪」の実現
～高校や専修学校の生徒に質の高い教育を提供することができるように、
公私が共通の土俵で切磋琢磨できる教育環境を創ります～

①何を目指すのか、目指すべき方向は？

戦略課題の
目標

「教育・日本一大阪」の実現をめざし、大阪の教育力の向上を図ります。

◎公私切磋琢磨により、高校教育の質の向上を図ります。

◎将来の進路を決定する15歳(中学卒業時)に、普通教育と職業教育の複線型の多様な教育ルートを提供します。

②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

■公私切磋琢磨による教育の質の向上

- ・財務諸表に基づく施設設備費も含めた公私教育コストの分析等を踏まえ、私立学校に対する公費支援のあり方を検討します。
- ・教育委員会と連携し、「実践的英語教育」強化事業、がんばった学校支援事業など公私共通の土俵で切磋琢磨する事業を実施します。
- ・私立高校間における切磋琢磨を促すため、経常費補助金は、生徒一人当たり単価が均等となるよう、パーヘッドの原則【解説12】により配分します。あわせて、生徒の修学環境が急激に悪化しないよう、経過措置として削減額の上限を設けるなどの激変緩和策を講じます。
- ・中学3年生の進路選択の際の判断材料として十分活用できるよう、平成23年度の新1年生から拡充された授業料支援補助金【解説13】制度について、生徒・保護者や進路指導の学校関係者への周知に努めます。
- ・府外の私学を授業料支援補助金制度の対象とすることについて、相互主義の観点から他府県と協議しながら検討します。
- ・私立高校の入学生に対し、学校選択についての満足度調査を実施します。

⇒《アウトプット》

・私立高校の専願志願による入学者の人数を1,000名増やします。《H23年度入試：16,680名》

・授業料支援補助金制度の認知度を高めます。

《参考：H22.8月「高校選択に関するアンケート調査」結果…「高校進学前に授業料支援制度のことを知っていたか⇒「知っていた」82.7%（府立高校1年生の保護者対象）》

■育英会奨学金【解説14】制度の再構築等

- ・育英会奨学金制度について、国と地方の役割分担を踏まえ、高校等入学資金貸付への重点化を検討します。
- ・将来にわたって持続可能な制度となるよう、育英会奨学金「滞納ゼロ作戦」を一層強力に推進し、返還モラルの向上を図り、貸付資金を確保します。

⇒《アウトプット》H23年度末の滞納額を60億円未満まで抑制します。

■大阪の特色としての職業教育の充実

- ・専修学校や企業などと連携した「実践的なキャリア教育・職業教育」を推進し、高校生の進路選択を支援します。
- ・専修学校の大阪発「産学接続コース【解説15】」をものづくり分野へ拡大・普及します。
(参考 21年度：ファッション、グルメ、観光分野 22年度：衛生、介護福祉)

⇒《アウトプット》

・公私高校の「実践的キャリア教育・職業教育」支援事業への積極的な参加(60校程度)を促します。

・大阪発「産学接続コース」を、ものづくり分野も含めた「40コース」を推奨します。

③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

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

(例)

- 「夢を持っている高校生の割合(めざそう値)」 H22.8月:65.0% ⇒ 66.2%(H24.8月)
- 「卒業時に進路未定の高校生の割合(学校基本統計調査)」の減少
H22.3月:9.75% ⇒ 9.5%(H24.3月) ⇒ 9.1%(H26.3月)
- 職業教育の充実による、高校生の専門学校進学率の引き上げ
H22.3月:13.2% ⇒ 14.0%(H24.3月) ⇒ 15.1%(H26.3月)

【重点課題 ④】

脱お役所の戦略的広報と究極のオープン府庁を徹底的に推進 ～役所の殻を打ち破り、ターゲットに効果的に届く広報を実現するとともに、究極の情報公開、広聴の一体的な推進にとことん取り組みます～

①何を目指すのか、目指すべき方向は？

戦略課題の
目標

- ◎ 「誰に、何をどう伝えるのか」を常に意識し、効果的な戦略的広報を実施します。
- ◎ 「究極の情報公開」を徹底し、府政の透明化を図るとともに、常に府民を意識することで府組織のガバナンスを強化します。
- ◎ 府民からいただく声をしっかり受け止め、府政に活かします。

②その実現に向けて、今年度何をするのか？

■府政情報室が、全庁の広報コーディネート機能を発揮

今までの役所の広報に縛られない効果的・戦略的な広報を実施するため、
・府政情報室が、広報情報を一元的に集約し、広報予算の編成・企画段階から各部と協議を行うなど、コーディネート機能を発揮して、全庁の広報を統括します。
・年間を通じて重点的に取り組むテーマを設定し、一定期間さまざまな媒体を活用した重点広報を実施します。
・緊急を要し、かつ重要な事項の情報発信は、部局の枠にとらわれず、府政情報室が中心に担います。
・「広報活動マニュアル」の活用や「広報セミナー」の実施により、大阪府の広報水準を向上させます。

■広報3つのツールの見直し

・「確実に伝える」、「ご協力をお願いする」など、各々の広報の獲得目的をはっきりさせるとともに、媒体の特性を勘案して、広報効果を最大限に発揮させるよう、府の持つ3つのツールを見直します。

① 府政だよりの見直し

府政だよりは、府域の全世帯を対象に幅広く府政情報をお届けすることから、多くの府民がより一層府政に親しみを持っていただけるよう、より読みやすく、わかりやすい紙面づくりに取り組むとともにデザインをリニューアルします。

② 大阪府メールマガジンの見直し

メールマガジンは、登録していただいた方に、より府政に関心を高めていただく情報を定期的にお届けすることから、読みやすく、常に新鮮で興味を持っていただける情報発信ができるよう適宜見直しを行い、大阪府メールマガジン登録者数の拡大を図ります。また、府政に関心をもっていただく層をより拡大するため、他府県や民間企業発行のメールマガジンと相互の記事交換を通じ、さらに広いターゲットに対して、府政をアピールします。

③ ホームページの充実

ホームページは、府民が必要とする府政情報や緊急情報を確実に取り出せるよう、トップページのデザインをはじめカテゴリーのリニューアルを6月目途に実施します。また、府政をもっと身近に関心を持っていただけるよう、職員ブログの積極的な活用や、「広報イチョン掲示板」など「役所らしくない」ホームページの新たな開設に取り組めます。

■府政情報の積極的な公表

府政の透明化をより一層進めるため、
・全部局実施を開始した「施策プロセスの見える化」の評価検証を行い、内容の充実を図ります。
・予算編成過程に対応した公金支出情報を公表し、予算がどのように執行されているかを明らかにします。

■「府民の声」を府政に反映

府民から寄せられた意見を府政に反映するとともに、いただいたご意見に対する府の考え方をよりわかりやすくお伝えできるよう、結果の公表について充実を図ります。

■府民のお問合せをワンストップで対応

府民の質問に迅速かつ的確に応え続けるため、府民お問合せセンター^{〔解説16〕}の高い府民満足度を維持します。

⇒《アウトプット》 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維持

(H22:92.3%⇒H23:90%以上の維持)

施策推進上の目標
アウトプット

アウトカム

③その取り組みにより、何をどのような状態にするのか？

府政の情報発信などに対する府民の満足度の向上 (例)

- 「大阪府の広報は、わかりやすいと思う府民の割合」 (新規設定指標：発射台を把握後目標設定)
(参考) 「大阪府の広報活動が評価できると思う府民の割合」 H23.3:27.9%
- 「大阪府の広報により、府の施策や事業に興味・関心を持った府民の割合」
(新規設定指標：発射台を把握後目標設定)
(参考) 「大阪府の事業に興味・関心がある府民の割合」 H23.3:61.9
- 「大阪府がどのように施策や事業を決めているかがわかりやすいと思う府民の割合」
(新規設定指標：発射台を把握後目標設定)
(参考) 「大阪府の意思形成プロセスはわかりやすいと思う府民の割合」 H23:18.4%
- 府民お問合せセンターの対応に満足している府民の割合 H23.3:98%⇒95%以上の維持

【重点課題 ⑤】

誰もが自分らしく生きることのできる定住魅力の向上

～「住んでみたい」「住み続けたい」と誰もが思える大阪を目指し、魅力向上に取り組みます～

①何をを目指すのか、目指すべき方向は？

戦略課題の 目標

○生産年齢人口の減少・超高齢社会の中で、大阪の活力を維持・向上し、「住んでみたい」「住み続けたい」と誰もが思える大阪を目指して、魅力向上に取り組みます。

②その実現に向けて、今年度何をするのか？

■女性が能力を活かして活躍できる環境づくりの推進

大阪が活力あるまちとして持続的に発展していくためには、経済活動の場において、女性の能力が十分に発揮される環境を整えることが重要です。男女共同参画の推進のなかで、特にこの視点に重点をおいた施策展開が図られるよう、関係部局と連携しながら、次の取り組みを進めます。

(女性が活躍できる社会的機運の醸成)

・企業の規模、業種・業態等により、女性が活躍し業績の向上につながっている実例や、女性が能力を発揮している実践的な取組事例を収集し、それを活用して、経済団体、大学等との連携のもと、女性の能力活用の重要性を広く周知し、企業風土の改革・経営者の意識改革を進めます。

⇒《アウトプット》 経営者層に対するセミナー開催回数 5回

(女性が活躍できる社会環境づくり)

・女性の起業、子育て終了後の再チャレンジを促進するため、全庁的なコーディネート機能を発揮し、効果的な施策の展開方向を検討します。

⇒《アウトプット》 具体的施策の提示

(私立幼稚園の預かり保育の拡充等「大阪スマイル・チャイルド事業」の推進)

・私立幼稚園での11時間開園や夏休み・休日等の預かり保育を促進するとともに、キンダーカウンセラーによる子育て相談を充実します。

⇒《アウトプット》 ・11時間開園の幼稚園 200園(新規取組) <参考> 府内428園
・キンダーカウンセラー事業を実施する幼稚園 120園(H22:107園)

■NPOをはじめとする多様な担い手への支援による地域力の再生・創出

(地域社会におけるプラットフォームの構築)

・新しい公共支援事業の実施を通じ、NPOや企業、学校、各種団体等が連携・協働できる環境を整備し、大阪大都市圏共通の問題や地域における諸課題の解決に向けての取り組みを進めます。

⇒《アウトプット》 地域活動に取り組む各種協議体の数 H23～24年度:18団体

(寄附文化の醸成や市民ファンドの育成促進)

・新しい公共支援事業の実施を通じ、地域社会の活性化を担う個人・団体の活動を支援するため、寄附文化の普及・定着や市民の自発的なファンドの育成など、環境整備に努めます。

⇒《アウトプット》 NPO等が実施する事業に伴う寄附件数の増加率 H23～24年度:2倍

(地域力再生に向けた取組方針の提示)

・新しい公共支援事業の実施等を通じ、集中取組期間後の地域の実情を踏まえた地域力再生への取組方針を提示します。

⇒《アウトプット》 取組方針を提示及び府の担うべき役割を提示

■大阪発！平和情報発信機能の充実・強化

・開館後20年となるピースおおさか^{【解説17】}について、大阪市、財団法人と連携し、次代の担い手である子どもたちに「平和の尊さ」がわかりやすく伝わるように展示内容のリニューアルに向け検討を進めます。併せて、来阪外国人を含め内外の人々に大阪から「平和の尊さ」を発信し、大阪の都市魅力として定着させます。

⇒《アウトプット》 ピースおおさかに来て、「平和の大切さがわかった」と思う子どもの割合

施策推進上の 目標

【重点課題 ⑤】

誰もが自分らしく生きることのできる定住魅力の向上
～「住んでみたい」「住み続けたい」と誰もが思える大阪を目指し、魅力向上に取り組めます～

③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



大阪の「暮らしやすさ」に対する府民満足度の向上
(例)

- 大阪は女性が働きやすいまちだと思ふ府民の割合(新規設定指標:発射台を把握後目標設定)
- 私立幼稚園に通う3歳児の割合 H22:37.8%⇒H26:40%
- 地域における活動が以前より活発になったと感じている府民の割合
H22:19.1%⇒H23:35%
- 平和は大切だと思ふ子どもの割合(新規設定指標:発射台を把握後目標設定)

資料編

解説1

【都市魅力創造戦略】

目指すべき都市イメージを『「明るく」「楽しく」「わくわく」するまち・大阪』と掲げ、それを実現するために、民間や府民の主体的な活動をサポート・コーディネートしながら①次世代に継承される美しいまちづくり②実施効果が継続するにぎわいづくり③ターゲットに響く戦略的なプロモーションという3つの基本方針を推進していくことを内容とする戦略で、平成21年度に策定。

(参考URL) <http://www.pref.osaka.jp/toshimiryoku/senryaku/index.html>

解説2

【大阪ミュージアム特別展】

大阪のまち全体を「ミュージアム」に見立て、歴史的なまちなみや豊かなみどり・自然など魅力的な資源を発掘・再発見し、磨き・際立たせ、結びつけ、内外に発信する「大阪ミュージアム構想」を推進。

ミュージアムの「登録物」を活用して、「重点地域」を中心に実施される複数のイベントを、季節ごとの「コンセプト」に基づいて、結びつけ、地域の魅力づくりを推進する「特別展」を実施。平成23年度の重点地域は「北摂地域」。

(参考URL) <http://www.osaka-museum.jp/>

解説3

【OSAKA LOVERS CM コンテスト】

大阪を愛する人を「OSAKA LOVERS」に位置づけ、それらの方々から「私の大好きな大阪」をアピールする動画CM(大阪の面白い人・モノ・コト・場所)を広く募集し、大阪の魅力・元気を全国各地・世界へ発信。

解説4

【いいデザイン100プロジェクト】

大阪ミュージアム構想の基本的な考え方を踏まえ、大阪のまちの魅力アップの新たなチャレンジとして、大阪のまちに「いいデザイン」を生み出すプロポーザルや企画を、23年度末までに100創りだそうというもの。そのために、アートやデザインを創り出す若手クリエイターたちの登竜門として、府をはじめ官民連携によるプロポーザル公募を積極的に行っており、多くのクリエイターからの応募を仕掛ける。おおさかカンヴァス推進事業や、水都大阪関連事業、御堂筋イルミネーション関連事業など。

解説5

【八軒家浜天神祭観覧企画】

平成21年に整備されたばかりの美しい水辺空間である八軒家浜。この水辺を天神祭本宮当日の船渡御観覧エリアとして活用する企画を、民間事業者の提案により実施します。

この取組みを通じて、水都大阪のブランド化に向けた民間活力による水辺の魅力づくり、賑いづくりを目指します。

解説6

【大阪ふれあいの水辺利活用試行】

新しい水辺の魅力の創造をねらいとして、大阪都心部の大川河畔に直接水にふれあえる親水空間を整備する「大阪ふれあいの水辺づくり事業」を進めています。平成23年7月末に砂浜等の工事が完了するのにあわせ、その特色ある親水空間と立地特性を活かした多様な利活用を民間事業者の提案により試行実施(同年8月)します。空間利活用の可能性や課題を幅広く検証し、得られた知見を、利用の「しくみやルールづくり」に活用します。

解説7

【中之島にぎわいの森づくり】

中之島にぎわいの森づくりは、整備済みの堂島川左岸に加え、右岸を中心にみどりと遊歩道でつなぐとともに、人が集うにぎわいづくりを行う。

今年度は、みどりを活かしたにぎわいづくりに向けた全体計画を作成するとともに、先行的に河川沿いの2ヶ所の区域において民間事業者による店舗等の出店と新たな森の整備を予定している。なお、河川沿いに整備する新たな森は、民間からの寄付を中心に実施する。

解説8

【百舌鳥・古市古墳群】

百舌鳥古墳群(堺市)と古市古墳群(羽曳野市・藤井寺市)は、仁徳陵古墳や応神陵古墳をはじめとする大型古墳などからなる巨大古墳群。

古墳は、日本史上において重要であるだけでなく、人類の歴史や社会を考える上でも極めて高い意義をもつ歴史遺産であり、その代表例である百舌鳥・古市古墳群は、世界共通の普遍的な価値をもつ可能性が非常に高いと考えられている。

資料編

解説9

【おおさかカンヴァス推進事業】

アーティストの自由な発想と感性、創作意欲の表現の場を提供します。

アーティストが、その感性、創作意欲をベースとして、作品のテーマ、コンセプト、場所等を自由に選択する「フリーカンヴァス」と、事業や地域コミュニティからのアート作品ニーズをメニューとして提示し、アーティストに自由に選択してもらう「コラボカンヴァス」の募集を行うとともに、おおさかカンヴァス推進事業や市町村・民間を含めたアートを活かしたまちづくりの情報を広く発信していきます。

解説10

【第1回大阪マラソン】

御堂筋、道頓堀、中之島、通天閣周辺など、大阪のシンボルを3万人のランナーが駆けめぐる国内最大級の都市型市民マラソン。参加申込者数は171,744人。大会当日はマラソンコース沿道に設置するステージ等において、演奏やダンス等のパフォーマンスでランナーを応援するとともに、大会を賑やかに、華やかに演出する。経済波及効果予測は約124億円。

開催日：平成23年10月30日（日）

主催：大阪府、大阪市、一般財団法人大阪陸上競技協会

（参考URL）<http://www.osaka-marathon.com>

解説11

【大阪サイクリイベント】

「咲洲～夢洲～舞洲」を巡る往復約30kmのコースを国内最大級となる5,000人（台）規模のサイクリストが颯爽と走行するサイクリイベント。海辺緑地、橋、トンネルなどのスポットを楽しみながら走行。

開催時期：平成24年3月

実施主体：大阪サイクリイベント実行委員会

参加人数：5,000人（台）規模

開催概要：①サイクリング走行（午前）

②サイクリイベント（午後：自転車マナー教室、変り種自転車試乗会 など）

解説12

【パーヘッドの原則】

パーヘッドとは「一人当たり」という意味。私立学校に交付する経常費補助金の生徒一人当たりの補助単価が均等となるように配分する考え方（現在、学校間で3.3倍の格差がある）。生徒数に応じて経常費補助金を配分することにより、生徒の支持を集める学校を支援するもの。あわせて、生徒の修学環境が急激に悪化しないように、経過措置として削減額の上限を設けるなどの激変緩和を検討。

解説13

【授業料支援補助金】

中学校卒業時の進路選択段階で公私の高校や高等専修学校について、家計の経済的事情に関わらず自由に学校選択できる機会を提供するため、平成22年度に再構築した授業料支援補助金を平成23年度の新1年生から大幅に拡充。市町村民税所得割額135,900円（年収めやす610万円）未満の世帯を対象に、授業料負担を実質無償化、市町村民税所得割額224,100円（年収めやす610～800万円）未満の世帯に対しては、保護者負担が10万円で収まるようにした。

施設整備費を加えた標準授業料（全日制高校・高等専修学校は年間58万円、通信制高校は1単位 10,032円）を上限に補助金（国の就学支援金を含む。）を交付し、標準授業料を超えた差額は学校が負担。

この授業料支援制度の対象となる私立学校を私立高校生等就学支援推進校として指定。

解説14

【育英会奨学金】

向学心に富みながら経済的理由で修学が困難な生徒等に対し、財団法人大阪府育英会を通じて高校等の学費の無利子貸付を行う制度。

※貸付額（下記の貸付限度額の範囲内で希望する額を貸付）

市町村民税所得割額が224,100円未満の場合 国公立・私立とも：「各校授業料実質負担額^(注)＋10万円」

同224,100円以上320,100円未満の場合 私立のみ：24万円

（注）：各学校の授業料負担額から、国の修学支援金や、大阪府私立高校等授業料支援補助金、学校独自の減免額等を差し引いた、実質的な授業料負担額

資料編

解説15

【産学接続コース】

専修学校が、企業等が求める技術者・技能者の育成を受託し、企業等と協力して実践的な職業教育を提供するコース。

(参考URL) http://www.pref.osaka.jp/shigaku/vocational_education/index.html

解説16

【府民お問合せセンター】

府民からの問合せにワンストップ[®]で対応する総合窓口として、平成20年1月15日開設。運営はアウトソーシングにより民間企業が実施。様々な制度や資格・試験、免許、施設利用、催しなどの問合せに答えるサービスで、電話、FAX、電子メールで利用できる。(参考URL)府民お問合せセンター(ヒッぽとライン)

<http://www.pref.osaka.jp/fumin/occ/index.html>

解説17

【ピースおおさか(大阪国際平和センター)】

戦争の悲惨さと平和の尊さを次の世代に伝え世界の平和に貢献することを目的に、平成3年9月に設置された施設。戦争と平和に関する情報の収集・保存・展示等を行っている。大阪府と大阪市が共同で設立した財団法人大阪国際平和センターが運営している。

〒540-0002 大阪府中央区大阪城2-1、Tel(06)6947-7208 Fax(06)6943-6080、

ホームページアドレス <http://www.peace-osaka.or.jp/>