

令和元年度 生野区運営方針  
(まちの未来部会:抜粋分)

( 区長 : 山口 照美 )

◆計画

区・局の目標 (何をめざすのか)
すべての区民に「居場所」と「持ち場」のあるまち

区・局の使命 (どのような役割を担うのか)
<ul style="list-style-type: none"> <li>すべての区民が「居場所」で安心して暮らせるセーフティネットの役割</li> <li>すべての区民が「持ち場」を持てる市民参画の機会拡大</li> <li>区の未来を描き実行をしていく「未来志向のまちづくり」の推進</li> </ul>

令和元年度 区・局運営の基本的な考え方 (区・局長の方針)
<p>「居場所」と「持ち場」のあるまちとは、区民ひとり一人が安心してつながりの中で暮らし、まちの活動の担い手としての役割を持っているまちである。少子高齢化の最先端のまちとして課題解決を進めると同時に、人口や地域活動の担い手が増える「持続可能なまちづくり」を目指していく必要がある。「来たい、住みたい、住み続けたい生野区」となるための“未来志向のまちづくり”を進めていく。そのための「生野区政3本柱」を軸にして運営を行う。</p> <p><b>【生野区政3本柱】</b>  「子育て・教育環境の整備」……教育環境の整備やつながりの場づくりを通じて、子育て世代に選ばれるまちとなる。  「空き家対策」……空き家の建て替えやエリアリノベーションに官民協働で取り組み、生野らしさを活かしたまちの魅力をつくる。  「多文化共生」……多国籍の外国人と共生し「世界につながる生野区」として、まちの活性化につなげる。</p> <p>これらの実現のためには職員が部署を超えて知恵を出し合い、地域・企業・各種団体と一緒に「生野の未来」を創っていかねばならない。「持ち場をつなぐ」「持ち場を広げる」を合言葉に、ひとりも取りこぼさないセーフティネットの構築と、未来のまちの姿を見据えた運営を行う。</p>

重点的に取り組む主な経営課題 (様式2)

経営課題の概要	主な戦略
<p><b>【経営課題1】安全・安心を身近に感じて暮らせるまち</b>                  しっかりしたセーフティネットのもと、みんながお互いに思いやり支えあい助け合えるまち</p>	<p><b>【1-1 災害に備えて】</b>                  危機発生への未然の対策および発生後の被害を最小限に抑えるため、災害時に機能する自主防災体制の構築や老朽空家家屋の自主更新などを支援し、地域と連携・協働を図り地域が一体となった主体的な取り組みへとつなげる。また平成30年6月に発生した大阪府北部地震、9月の台風21号、24号での経験を踏まえ、地域での自主防災の取り組みの支援を推進していく。</p> <p><b>【1-4 ひとりも取りこぼさない支援を】</b>                  支援を必要とする全ての人が、一人ひとり社会全体とつながりを持ちながら、各機関から支援を受けることができる体制づくりを進める。</p> <p><b>【1-5 すべての人々の人権を互いに尊重し認め合える環境づくり】</b>                  ・様々な人権課題への理解を深め、偏見や差別意識をなくす啓発を行う。                  ・外国籍住民が地域住民の一員として共に触れ合い学びあえる交流機会を提供するとともに、地域コミュニティへの参画・協働を促し、地域活動の担い手としての人材発掘・育成に取り組む。</p>

主な具体的取組 (元年度予算額)

<p><b>【1-1-1 地域自主防災力の強化】(元年度予算額 2,222千円)</b>                  共助による減災に向けた地域自主防災活動を支援するため、地域防災訓練や地域防災マップ作成の支援、WEB版防災・水害ハザードマップの更新のほか、地域防災リーダー研修会や、防災の基本である自助(家具転倒防止対策等)の啓発を行う。</p>
<p><b>【1-4-2 貧困の連鎖を断ち切るための支援】(元年度予算額 7,265千円)</b>                  生徒の自尊感情を醸成し、将来の夢、目標を持ち、その実現のために必要な「自ら学ぶ力」の定着、基礎学力の向上に向けて、「生きるチカラを育む課外授業」を行うとともに、「キャリア教育」や「性・生教育」を支援する「生きるチカラまなびサポーター」の登録制度を構築し、講師派遣を行う「生きるチカラまなびサポート事業」等を実施する。</p>
<p><b>【1-5-2 外国籍住民とのコミュニケーション媒体の活用・地域住民との交流促進】(元年度予算額 一 千円 )</b>                  防災や基本生活情報の多言語表記及び「やさしい日本語」による情報発信を促進するとともに、「やさしい日本語」をきっかけとしたコミュニティづくり支援を行う。区内民間施設(日本語学校など)、外国人コミュニティとの連携を強化するとともに、多文化共生に向けた当事者・支援者による自主的な取組(多文化カフェ等)を支援する。</p>

経営課題の概要	主な戦略
<p><b>【経営課題2】</b>                  子育てにやさしく、教育につよいまち                  生まれてから義務教育終了に至るまで「ひとりも取りこぼさない」仕組みにより、子育てしたい、教育を受けさせたいと思えるまち</p>	<p><b>【2-1 安心して子どもを産み育てることができる環境づくり】</b>                  次世代を担う子どもたちが健やかに育つために、安心して子どもを産み育てることができる環境や相談支援体制をつくり、子育てが楽しくなるまちづくりを進める。</p> <p><b>【2-2 未来を生き抜く力の育成】</b>                  ・保護者や地域住民と具体的かつ丁寧に意見交換を重ねながら、区西部地域の学校再編を進める。                  ・基礎学力を身につけ、学び続けるための「自立(自律)学習」、自分を知り視野を広げ目標を持つための「キャリア教育」、教育活動をサポートする外部連携を充実させる「チーム学校」を3つの柱に、教育環境の充実や学校・教育コミュニティの支援を進める。                  ・地域の生涯学習活動や生涯学習推進員を支援し、生涯学習に取り組む区民が学習の成果を地域に還元できるよう支援する。                  ・子どもが地域の大人に学ぶことで、多世代交流を図る。</p>

主な具体的取組（元年度予算額）	
【2-1-1 ライフステージに応じた子育て支援の充実】(元年度予算額 4,118千円) 妊娠から出産、乳幼児期から就学期にわたる各ライフステージをトータルで支援する(妊娠期からの保健師との顔の見える関係づくりによる継続した支援。子育てに関する効果的な情報提供・子育て支援機関との連携等。)	
【2-2-1 次世代の学校づくり(学校配置の見直し)】(元年度予算額 17,272千円) ・「学校整備計画」(案)の取りまとめ及び「学校設置協議会」の設置に向けて取り組む。 ・学校跡地を核としたまちの活性化に寄与するための跡地活用方法を検討する。	
【2-2-2 次世代の学校づくり(「生野の教育」の実現)】(元年度予算額 8,993千円) 「生野区の教育」の実現に向けて、学び支援事業、民間事業者等を活用した課外授業「いくの塾」、生きるチカラを育む課外授業、生きるチカラまなびサポート事業を実施する。	
経営課題の概要	主な戦略
【経営課題3】 いどころ豊かな魅力のあるまち 生野区のまちが、子育て世代に選ばれ、若者が活躍でき、そして区民が誇りに思えるまち	【3-1 地域資源から魅力資源へ】 ・ものづくりの楽しさや地域における企業の重要性を区民へ周知するために、行政だけでなく、企業や各種団体と連携して取り組む。 ・「大阪市空家等対策計画」を踏まえ、地域住民組織や地域で活躍する事業者などとの連携を促進し、空き家の利活用など区内の空家等に関する諸課題の解決に取り組む。  【3-2 生野区シティプロモーション】 ・区の魅力を発掘・整理し、区民ニーズを踏まえ、区役所の各施策を通じて、適切なターゲットに適切なタイミングで届ける。 ・行政情報に限定せず、地域のまちづくりに関するさまざまな活動主体の取組を紹介し、生野のまちづくりに区民が積極的に参加していることを広くPRすることで、区民のシビックプライドの醸成を図る。
主な具体的取組（元年度予算額）	
【3-1-2 空家の利活用による新たな魅力づくり】(元年度予算額 541千円) 土地建物所有者による空き家の建替えや利活用を促進するために地域住民組織や地元で活動する事業者等が一体となって取り組めるよう支援する。空き家利活用サポーター制度の活用を図る。	
【3-2-1 「生野の魅力」の発掘・浸透】(元年度予算額 20,165千円) 子育て層・若年層等、ターゲットごとに生野の知名度・好感度が上がる魅力情報を発信するため、広報紙における特集及び連載記事の作成のほか、各種広報媒体を活用し、まちに魅力を感じるような情報を発信する。また、これらまちの魅力情報ははじめ、必要な情報が広く区民に確実に行き渡るように、広報紙の全戸配布を実施する。	

「市政改革プラン2.0」に基づく取組等（様式3）	
主な取組項目	取組内容
国民健康保険の未収金対策	国民健康保険事業の安定的な運営及び加入者間の負担公平性の確保のため、口座振替の勧奨、財産調査の徹底による滞納処分の強化、不現住処理等による資格の適正化に取り組み、収納率向上をめざす。
地域に根ざした活動の活性化(地縁型団体)(区政編 改革の柱1 II-A)	・地域コミュニティの活性化に向けて、連合振興町会長会議で行政情報の提供を行うなど身近な単位である自治会・町内会単位の活動への支援を行う。 ・子育てや高齢者への支援、地域の安全・安心の確保、まちの美化、地域の魅力創出など、多様な分野における地域活動について、地域リーダーの活躍促進・気軽に活動に参加できる機会の提供・ICTを活用したきっかけづくり等担い手不足の解消を進めることで活動の活性化をめざす。 ・子育てや高齢者への支援、地域の安全・安心の確保、まちの美化、地域の魅力創出など、多様な分野における地域活動について、それぞれの活動の範囲やステージに応じた支援を行う。また、地域の方々が感じている負担感等を解消し、問題意識や意欲をもって活動していただけるよう、委嘱制度の再検討、補助金についての理解促進、活動の目的の再確認等に取り組む。
効率的な区行政の運営の推進(区政編 改革の柱2 IV-I)	不適切な事務処理の発生を防止、24区における事務レベルの底上げを図るため、区役所事務について、計画的に標準化・BPRに取り組むほか、自主的・自律的なPDCAサイクル徹底を促進する。

## ◆自己評価

1年間の取組成果と今後取り組みたいこと
全体としては、「生野区政3本柱」を軸に、様々な取組を展開し、新型コロナウイルス感染対策の影響によるものを除き、ほぼ計画どおり実施することができた。また、戦略に対する有効性は認められるものの、一部の戦略や具体的取組において設定した目標を達成することができなかった。今後は、必要な見直しを行い、引き続き、ひとりも取りこぼさないセーフティネットの構築と未来のまちの姿を見据え、「子育て・教育環境の整備」、「空き家対策」、「多文化共生」を軸に、持続可能な未来志向のまちづくりをめざし、取組を着実に進めていく。

## 解決すべき課題と今後の改善方向

## 【経営課題1 安全・安心を身近に感じて暮らせるまち】

(防災・防犯)

・防災・防犯については、日ごろの取り組みが重要であるという区民の意識は着実に向上しているものの、地域での助け合いによる具体的な活動が機能していると感じている区民の割合は低下しており、実際に活動を支える人材の不足が課題となっている。こうした活動を支える担い手の発掘できるよう、新たな手法の検討が必要である。

・また、新型コロナ渦における災害時の避難所開設など、想定される課題への対応が求められることから、今後、必要な対策を検討していく。

(地域福祉)

・今後も要介護・認知症等の高齢者の増加に伴い、多種多様な支援を求める方がますます増加することが見込まれる。これらの方に対して地域の身近な支え合いが進むよう支援するとともに、こどもから高齢者まで住み慣れた地域で安心して暮らし続けることができるよう、相談・支援・サービスを一体的に提供できるネットワークの整備を進める。

・がんの危険性や検診の必要性に関する区民の関心や認知度がいまだに低いことから、今後も広く区民に対してがんそのものや検診の重要性を理解してもらうため、広報やSNS、HPなど様々な広告媒体を使って、あらゆる場をとらまえて、積極的に啓発を継続する。

(人権・多文化共生)

・近年増加しているニューカマーを含めたすべての外国籍住民に対する適切な情報発信等を行うとともに、すべての外国籍住民が地域住民の一員として交流機会を提供し、地域コミュニティへの参画等のため、「やさしい日本語」の取組を中心に進めていく必要がある。本市においても「大阪市多文化共生指針(素案)」が作成され、「多文化共生施策の基本的な方向性」として「多文化共生の地域づくり」が示されたところである。今後も引き続き「やさしい日本語」を使った区役所からの情報発信をはじめ、区内中高生への「やさしい日本語」の講義など「やさしい日本語」によるコミュニケーションを多くの区民が体感でき、「やさしい日本語」からはじまるコミュニティづくりの取組を着実に進めていく。

## 【経営課題2 子育てにやさしく、教育につよいまち】

・子育て応援イベントなどの様々な子育て支援の取組について、参加者からは好評を得ているが、こうした取り組みをより多くの区民に周知することが課題である。浸透するには一定の時間が必要となるが、子育て支援の情報発信をさらに進め、子育て支援機関・施設と連携し子育てしやすいまちづくりを進めていく。

## 【経営課題3 いろどり豊かな魅力のあるまち】

・人口減少に歯止めをかけ、生野区が持続可能なまちとなるためには、主に若年・子育て層の移住・定住を促進させる必要がある。そのためにも魅力あるまちづくりをすすめ、子育て層や若年層等、ターゲットごとにに向けた情報の発信を継続的に行う。また、生野区が有する魅力的な地域資源(ものづくりのまち、空き家活用等)をより一層その魅力を高めるよう、広報紙やブログ、ツイッター等、各種広報媒体の特性を活かすとともに、官民連携したプロモーション(情報発信等)を実施し、区の内外に効果的にまちの魅力を発信することで、区の魅力あるまちづくりにつなげる。

## 重点的に取り組む主な経営課題

### 経営課題3

【いづれ豊かな魅力のあるまち】

計 画	めざすべき将来像（最終的なめざす状態）＜概ね10～20年を念頭に設定＞
	生野区のまちが、子育て世代に選ばれ、若者が活躍でき、そして区民が誇りに思えるまち
	現状（課題設定の根拠となる現状・データ）
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・少子・高齢化・人口減少が急速に進んでいる。</li> <li>・出生率の減少と死亡率の増加→自然増減率の減少</li> <li>・外国籍住民の急増(特にベトナムやネパール等)</li> <li>・製造業の事業所数・従業員数の減少傾向が続いている</li> <li>・空家率：生野区22.4%(24区中3位)、全国13.5%、大阪市17.2%</li> <li>・「その他の住宅」(不動産市場に流通しない空き家数)が市内で突出して多い。 大阪市 73,510 生野区 6,920(24区中1位)</li> <li>・BRTの社会実験(いまざとライナー)が開始(平成31年4月～)</li> <li>・生野区は、様々な人々が訪れ、住みたいと感じられるような魅力あるまちだと感じますか。(平成29年度区民アンケートより)全体で637名の方の回答のうち、「そうでない」、「どちらかといえばそうでない」と回答した人の割合が60.0%を占めた。</li> </ul> <div style="text-align: center;"> <p>そうでない 14.9%</p> <p>そうである 8.3%</p> <p>どちらかといえば 31.7%</p> <p>どちらかといえば 45.1%</p> <p>そうでない</p> </div>
要因分析（めざすべき将来像と現状に差が生じる要因の分析結果）	
<ul style="list-style-type: none"> <li>・少子化にともなう若年層の減少による出生率の減少へ</li> <li>・高齢人口の増加による死亡率の増加</li> <li>・生野区の魅力の発掘・浸透が十分ではない</li> <li>・住んでいる方が感じている生野区の魅力、子育て層が移り住みたいと思う情報、若者が遊びに来たくするような情報の発信が十分ではない。</li> <li>・景気の悪化や、後継者不足による事業所数の減少・従業員数の減少</li> <li>・市場に流通していない空家の増加と建物老朽化</li> </ul>	
課題（上記要因を解消するために必要なこと）	
<ul style="list-style-type: none"> <li>・人口減少に歯止めをかけ、生野区が持続可能なまちとなるためには、主に若年・子育て層の移住・定住を促進させる必要がある。</li> <li>・生野区の持つ多様な地域資源を発掘し、魅力あるものに高めていくとともに、区民のまちに対する愛着や誇りが高まるような取組や区の魅力・特色を区の内外に向けて効果的に情報発信し、区に訪れ、住んでもらえるような戦略的なプロモーションの必要がある。</li> <li>・生野区の重要な地域資源のひとつである製造業事業所数の減少に歯止めをかけるには、次世代の育成を小学生だけでなく、中学・高校生や未就学者まで対象を広げ、区内企業を知ることやものづくりを体験する場などの環境づくりが必要である。また、操業時に発する騒音や振動など住工混在による問題から、ものづくり企業が区外転出しているため、行政だけでなく、企業や区民と連携してものづくり企業の重要性を周知し、区民の理解を図る必要がある。</li> <li>・生野区の空き家を地域資源として、建物所有者による自主的な利活用が進むよう、地域が主体となった課題解決に向けた取組を支援していく必要がある。</li> </ul>	
実 施 策	戦略の進捗状況を踏まえた経営課題全体としての評価結果の総括
	<p>区の魅力あるまちづくりのためには、子育て層や若年層等、ターゲットごとに生野の知名度・好感度が上がる情報の発信を継続的に行うこと、また、外国人に対しては「やさしい日本語」での行政情報等を継続的に発信することが重要であり、生野区が有する魅力的な地域資源をより一層高め、多くの人が生野のまちが魅力あるまちであると感じられるまちへ向かっていると考えられる。</p> <p>魅力あるまちづくりのため、生野区の特徴であるものづくりのまちのPRを進めていることから、ホームページのビュー件数も増加しており、ものづくり企業の重要性が区民に理解を得られている。よって引き続きものづくり百景を使った情報発信を広報紙だけでなく様々なSNS媒体を利用して実施していく。</p> <p>空き家の利活用に関しても、所有者による自主的な建替えや利活用が促進するためのセミナーを開催していることから、利活用が進んでいると感じる区民も増えている。一方民間主体の空き家活用を促進している団体が開催する取り組みの場へ参加する空き家所有者が不足していることや、行政として空き家所有者の所在や活用意欲についての調査ができていないという課題があるので、来年度は引き続きセミナーを実施していくほか、新たな空き家所有者の発掘や利活用意欲の調査についてもあわせて実施していく。</p>

めざす成果及び戦略 3-1 【地域資源から魅力資源へ】

計画	めざす状態<概ね3~5年間を念頭に設定> 生野のまちの持つさまざまな地域資源が魅力的なものに磨かれ、生野のまちが区の内外の人々にとって多彩な魅力のあるまちである状態	戦略(中期的な取組の方向性) ・ものづくりの楽しさや地域における企業の重要性を区民へ周知するために、行政だけでなく、企業や各種団体と連携して取り組む。
	アウトカム(成果)指標(めざす状態を数値化した指標) ・生野区は多彩な魅力のあるまちであると感じる区民の割合:令和3年度末までに80%以上 ・今後5年程度の空家の活用意向がある所有者の割合:令和2年度までに90%以上。	・「大阪市空家等対策計画」を踏まえ、地域住民組織や地域で活躍する事業者などとの連携を促進し、空き家の利活用など区内の空家等に関する諸課題の解決に取り組む。

自己評価	戦略のアウトカム指標に対する有効性	ア:有効であり、継続して推進 イ:有効でないため、戦略を見直す	課題 ※有効性が「イ」の場合は必須	
	アウトカム指標の達成状況	前年度	個別	全体
	生野区は多彩な魅力のあるまちであると感じる区民の割合:58%	A	A	A
	今後5年程度の空家の活用意向がある所有者の割合:(未測定)	-	-	A
		A:順調 B:順調でない		今後の対応方向 ※有効性が「イ」の場合は必須
戦略の進捗状況	a	a:順調 b:順調でない	-	

具体的取組 3-1-1 【ものづくりの伝統を守り、受け継がれるための支援】

29決算額 627千円 30予算額 2,164千円 元予算額 8,889千円

計画	当年度の取組内容 ◇企業・教育機関・地域団体などと連携し、ものづくりの楽しさや大切さを実感してもらうために、次世代育成を目的としたイベントを開催。 ・イベントの開催回数:1回以上 ◇学生を対象とした区内企業への見学会などを実施し、区内のものづくり企業に対する理解を深め、将来の担い手につなげる。 ・区内企業への見学会などの開催:1回以上 ◇企業魅力紹介イラスト(ものづくり百景)を活用し、HP等により、ものづくりのまち生野をPRする。 ・区HP更新回数:6回以上 ◇企業魅力紹介イラスト(ものづくり百景)の追加作成 ・紹介企業数:23社 ◇芸術性の高いものづくり文化を通じて、子どもたちの芸術性を育み、ものづくり文化を支える人材を育成する。 ◇生野区プレイスメイキング事業の実施 日本の木材の良さを生かした使いやすくデザイン性に富んだいす・テーブルなどを製作し、区内の公園などでのイベントに貸し出し、地域活性化に寄与するとともに、制作過程を子どもたちに体験してもらうことで、木工やものづくりの楽しさを学んでもらう。	プロセス(過程)指標(取組によりめざす指標) ・見学会などへの参加数:100人以上 ・区役所ホームページのものづくりページのビュー数:2,400件/年  【撤退・再構築基準】 ・上記参加者数が20人未満であれば、事業を再構築する。 ・上記件数が1,000件未満の場合、事業を再構築する。
	前年度までの実績 【平成30年度】 ・インターンシップ:3社(参加者3名) ・見学ツアーの実施:7回(参加者のべ175名) ・小学生ものづくり教室の実施:1回(参加者34名) ・モノふえす2018の実施:1回(参加者子ども300名、大人200名) ・区子供会育成連合会と連携して実施した「子ども工作教室」の実施:1回(参加者300名以上) ・区ホームページ更新回数:9回(ものづくりページのビュー数2459件) ・区広報紙での百景企業紹介:11社 ・企業魅力紹介イラスト(ものづくり百景)の追加作成:6社 ・芸術性の高いものづくり文化を通じた体験ワークショップの実施:9回(参加者のべ75名) ・パネル展示の稼働日数:通年	

中間振り返り	プロセス指標の達成状況	①(i)	課題と改善策 ※左記に「②、③」、「×」がある場合は必須
	戦略に対する取組の有効性	ア	ア:有効であり、継続して推進 イ:有効でないため、取組を見直す -:プロセス指標未設定(未測定)

自己評価	当年度の取組実績 ・小学生ものづくり教室の実施:1回(参加者37名) ・モノふえすキャラバン2019の実施:1回(参加者子ども約400名、大人約200名) ・見学ツアーの実施:1回(参加者のべ25名) ・区ホームページ更新回数:9回(ものづくりページのビュー数2,649件) ・区広報紙での百景企業紹介:12社 ・企業魅力紹介イラスト(ものづくり百景)の追加作成:23社 ・芸術性の高いものづくり文化を通じた体験ワークショップの実施:7回(参加者のべ77名) ・パネル展示の稼働日数:通年	課題 ※左記に「②、③」、「×」がある場合は必須
	プロセス指標の達成状況 見学会などへの参加数:739人 区役所ホームページのものづくりページのビュー数:2,649件	①(i)
	戦略に対する取組の有効性	ア

具体的取組 3-1-2

【空き家の利活用による新たな魅力づくり】

29決算額 115千円 30予算額 634千円 元予算額 541千円

計画	<b>当年度の取組内容</b> ◇土地建物所有者による空家の建替えや利活用を促進するために、地域住民組織や地元で活動する事業者等が一体となって取り組めるよう支援する。 ・地域による老朽住宅や空家の建替え・利活用を促進するためのセミナー等の開催(随時)【再掲】 ・地域が主体となった空家対策会議の開催:4回 ◇空き家利活用サポーター制度の活用を図る。(通年)	<b>プロセス(過程)指標(取組によりめざす指標)</b> 空き家利活用に関する取り組みが進んでいると感じる区民の割合:30% 【撤退・再構築基準】 上記割合が10%未満の場合、事業を再構築する。
		<b>前年度までの実績</b> 【平成30年度】 ・セミナー:6回(参加者362名)【再掲】 ・空き家利活用事例紹介:11回【再掲】 ・地域が主体となった空家対策会議:11回【再掲】 ・空き家カフェ拡大版:1回(参加者64名)【再掲】 ・空き家利活用アンケート実施(回答数64件)【再掲】

中間振り返り	<b>プロセス指標の達成状況</b> ①(i)	<b>課題と改善策</b> ※左記に「②、③」、「×」がある場合は必須
	①:目標達成(見込)(i)取組は予定どおり進捗(ii)取組は予定どおり進捗していない ②:目標未達成(見込)(i)取組は予定どおり進捗(ii)取組は予定どおり進捗していない ③:撤退・再構築基準未達成	
	<b>戦略に対する取組の有効性</b> -	

自己評価	<b>当年度の取組実績</b> ・地域が主体となった空家対策会議:6回 ・空き家利活用事例紹介:12回 ・空き家カフェ拡大版:1回(参加者41名)	<b>課題</b> ※左記に「②、③」、「×」がある場合は必須 民間主体の空き家活用を促進している団体が開催する取り組みの場への空き家所有者の参加が不足しており、空き家利活用のマッチング件数が伸び悩んでいる。 また、さらなる利活用の促進を図るため、空き家所有者の所在や活用意欲等を把握する必要がある。
	<b>プロセス指標の達成状況</b> 空き家利活用に関する取り組みが進んでいると感じる区民の割合:33.4% ①(ii)	<b>改善策</b> ※左記に「②、③」、「×」がある場合は必須 現在、学校跡地と周辺エリアを含めたエリアリノベーションを考えていることから、この機会を捉え、まずは、学校跡地周辺エリアにおいて空き家所有者の活用意欲のアンケート調査を行い、空き家利活用のさらなる促進につなげていく。 また、包括連携協定を結んでいる一般社団法人いくのもりと協力し、空き家物件の情報をHPにおいて効果的に発信していけるよう検討を進める。
	<b>戦略に対する取組の有効性</b> ア	

めざす成果及び戦略 3-2 【生野区シティプロモーション ～来たい、住みたい、住み続けたいまちへ～】

計画	<b>めざす状態&lt;概ね3～5年間を念頭に設定&gt;</b> 生野のまちが子育て世代に選ばれ、若者が活躍でき、そして区民が誇りに思えるまちとなっている状態	<b>戦略(中期的な取組の方向性)</b> ・区民のニーズや区役所の各施策の魅力を整理し、適切なターゲットに適切なタイミングで届ける。 子育て層:職住近接の暮らし・子育て支援の充実・教育環境の充実 若年層:まち歩きの楽しさ・昭和レトロな風景・多文化交流の魅力 中高年層:昭和の時代のなつかしさ・あたたかさ ・各施策や地域活動を「生野の魅力」として積極的に発信することで、区内外を問わず、「生野ファン」を増やす。 ・行政情報に限定せず、地域のまちづくりに関するさまざまな活動主体の取組を紹介し、生野のまちづくりに区民が積極的に参加していることを区民に知ってもらい、区民のシビックプライドの醸成を図る。 ・外国籍住民が多い、銭湯が多い等の生野区の特長を、新しい魅力資源として区民や区外の人に向けて紹介できる取組を実施
	<b>アウトカム(成果)指標(めざす状態を数値化した指標)</b> 様々な方々が生野のまちを訪れ、住みたいと感じられるような魅力あるまちであると感じる区民の割合:令和3年度末までに50%以上	

自己評価	<b>戦略のアウトカム指標に対する有効性</b> ア	ア:有効であり、継続して推進 イ:有効でないため、戦略を見直す	<b>課題</b> ※有効性が「イ」の場合は必須
	<b>アウトカム指標の達成状況</b>	前年度 個別 全体	
	様々な方々が生野のまちを訪れ、住みたいと感じられるような魅力あるまちであると感じる区民の割合:48%	64% A A	今後の対応方向 ※有効性が「イ」の場合は必須
	<b>戦略の進捗状況</b> b	a:順調 b:順調でない	

具体的取組3-2-1

【「生野の魅力」の発掘・浸透】

29決算額 8,605千円 30予算額 17,469千円 元予算額 20,165千円

計画	<p>当年度の取組内容</p> <p>◇子育て層・若年層等、ターゲットごとに生野の知名度・好感度が上がる魅力情報を発信していく。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・広報紙の全戸配布の実施(6月以降予定)</li> <li>・広報紙における特集及び連載記事の作成:年12回</li> <li>・広報紙をはじめ、区公式ホームページや公式ブログ・ツイッターといった各種広報ツールを活用し、まちに魅力を感じるような情報を発信する。(随時)</li> <li>・各種施策・イベント等のプレスリリース、メディアへの情報提供(随時)</li> </ul> <p>◇「やさしい日本語」区公式Facebookによる情報発信を行う</p> <p>◇生野区まち情報サイト「いくのぐらし.com」との情報発信連携を行う。(通年)</p> <p>◇市内の銭湯経営者や銭湯好き住民と、ICTの利活用により地域課題の解決に取組む「code for OSAKA」が連携し、アイデアづくりを進める「銭湯プロジェクト」への参画(随時)</p>	<p>プロセス(過程)指標(取組によりめざす指標)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・公式ブログのビュー数の年間目標:18,000件</li> <li>・提供した情報がメディアで取り上げられた件数:12件以上(平均して毎月1件以上)</li> </ul> <p>【撤退・再構築基準】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・上記ビュー数が10,000件未満の場合、事業を再構築する。</li> <li>・上記回数が5割未満の場合、事業を再構築する。</li> </ul>
		<p>前年度までの実績</p> <p>【平成30年度(2月末時点)】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ブログ投稿数:73件、ブログビュー数:20,802件</li> <li>・ブログを活用した地域情報の紹介:12回</li> <li>・メディアで取り上げられた件数:20件</li> <li>・行政、民間が連携し、生野区まち情報サイト「いくのぐらし.com」の開設(平成30年10月)</li> </ul>

中間振り返り	<p>プロセス指標の達成状況</p> <p>①(i)</p>	<p>課題と改善策</p> <p>※左記に「②、③」、「×」がある場合は必須</p> <p>—</p>
	<p>①:目標達成(見込)(i)取組は予定どおり進捗(ii)取組は予定どおり進捗していない</p> <p>②:目標未達成(見込)(i)取組は予定どおり進捗(ii)取組は予定どおり進捗していない</p> <p>③:撤退・再構築基準未達成</p>	
	<p>戦略に対する取組の有効性</p> <p>ア</p> <p>ア:有効であり、継続して推進 イ:有効でないため、取組を見直す 一:プロセス指標未設定(未測定)</p>	

自己評価	<p>当年度の取組実績</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・広報紙の全戸配布の実施(7月～)</li> <li>・テーマ設定した広報紙特集及び連載記事作成:年12回</li> <li>・ブログ投稿数:37件、ブログビュー数:24,178件</li> <li>・ブログを活用した地域情報の紹介:9回</li> <li>・Twitterツイート件数:1,959件</li> <li>・Twitterインプレッション数:1,738,409</li> <li>・プレスリリース:29件</li> <li>・メディアで取り上げられた件数:20件</li> <li>・官民連携生野区まち情報サイト「いくのぐらし.com」での行政発信:38件</li> </ul>	<p>課題</p> <p>※左記に「②、③」、「×」がある場合は必須</p> <p>—</p>
	<p>プロセス指標の達成状況</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・公式ブログのビュー数:24,178件</li> <li>・提供した情報がメディアで取り上げられた件数:20件</li> </ul> <p>①(i)</p>	<p>改善策</p> <p>※左記に「②、③」、「×」がある場合は必須</p> <p>—</p>
	<p>①:目標達成(i)取組は予定どおり実施(ii)取組を予定どおり実施しなかった</p> <p>②:目標未達成(i)取組は予定どおり実施(ii)取組を予定どおり実施しなかった</p> <p>③:撤退・再構築基準未達成</p>	
	<p>戦略に対する取組の有効性</p> <p>ア</p> <p>ア:有効であり、継続して推進 イ:有効でないため、取組を見直す 一:プロセス指標未設定(未測定)</p>	

具体的取組3-2-2 【区民のわがまち意識を育てる】

29決算額 8,605千円 30予算額 17,469千円 元予算額 20,165千円

計画	<p><b>当年度の取組内容</b></p> <p>◇生野のまちに誇りや愛着を持ち、生野区を盛り上げるために自主的に活動している区民や団体等を区民に幅広く知ってもらい、区内に「わがまち意識」を浸透させる。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・生野区持続可能なまちづくり支援事業をはじめ、生野区を盛り上げるためのさまざまな取組を自主的に行っている区民や団体等の活動紹介・応援(PR協力)等(通年)</li> <li>・生野区マスコットキャラクター「いくみん」ラインスタンプの販売(通年)</li> <li>・区民まつりでの多文化共生ブースの設置(再掲)</li> <li>・多文化共生に向けた当事者・支援者による自主的な取組への支援(再掲)</li> <li>・市内の銭湯経営者や銭湯好き住民と、ICTの活用により地域課題の解決に取組む「code for OSAKA」が連携し、アイデアづくりを進める「銭湯プロジェクト」への参画(随時)(再掲)</li> <li>・銭湯で防犯標語を啓発「いくのの日(19日)」はお風呂に行こう！実施</li> </ul>	<p><b>プロセス(過程)指標(取組によりめざす指標)</b></p> <p>生野区を盛り上げるさまざまな取組が各地域で行われていることを知っている区民の割合:60%以上</p> <p><b>【撤退・再構築基準】</b> 上記割合が30%未満の場合、事業を再構築する。</p>
	<p><b>前年度までの実績</b></p> <p><b>【平成30年度】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・生野区持続可能なまちづくり事業に認定された団体の事業に対する広報紙、ブログへの掲載等の広報支援</li> <li>・銭湯で防犯標語を啓発「いくのの日(19日)」はお風呂に行こう！実施</li> <li>・こどもたちが描いた銭湯の絵を庁内展示</li> <li>・区民まつりでの多文化共生ブース設置(10月)</li> <li>・多文化カフェ開催(7月)</li> <li>・区民による多文化共生のまちづくりセミナー開催支援(2月)【再掲】</li> </ul>	

中間振り返り	<p><b>プロセス指標の達成状況</b> ①(i)</p> <p>①:目標達成(見込) (i)取組は予定どおり進捗 (ii)取組は予定どおり進捗していない ②:目標未達成(見込) (i)取組は予定どおり進捗 (ii)取組は予定どおり進捗していない ③:撤退・再構築基準未達成</p>	<p><b>課題と改善策</b> ※左記に「②、③」、「×」がある場合は必須</p> <p>—</p>
	<p><b>戦略に対する取組の有効性</b> -</p> <p>ア:有効であり、継続して推進 イ:有効でないため、取組を見直す 一:プロセス指標未設定(未測定)</p>	

自己評価	<p><b>当年度の取組実績</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・生野区持続可能なまちづくり事業に認定された団体の事業に対する広報紙への掲載等の広報支援</li> <li>・マスコットキャラクター「いくみん」ラインスタンプ販売</li> <li>・区民まつりで「やさしい日本語ブース」を地域企業、地域団体、区共同運営</li> <li>・区民による多文化共生のまちづくりシンポジウム等開催支援(6・11・2月)</li> <li>・Twitterによる英語での銭湯情報発信「How to enjoy SENTO!」実施</li> <li>・銭湯で防犯標語を啓発「いくのの日(19日)」はお風呂に行こう！実施</li> </ul>	<p><b>課題</b> ※左記に「②、③」、「×」がある場合は必須</p> <p>・若年層及び居住年数が短いとプロセス指標が低いと、その対象めに向けた戦略的プロモーションを実施する必要がある</p>
	<p><b>プロセス指標の達成状況</b></p> <p>生野区を盛り上げるさまざまな取組が各地域で行われていることを知っている区民の割合:39.8%</p> <p>①:目標達成 (i)取組は予定どおり実施 (ii)取組を予定どおり実施しなかった ②:目標未達成 (i)取組は予定どおり実施 (ii)取組を予定どおり実施しなかった ③:撤退・再構築基準未達成</p>	<p><b>改善策</b> ※左記に「②、③」、「×」がある場合は必須</p> <p>・若年層及び居住年数が短い区民のプロセス指標をより高めるため、引き続き広報紙での紙媒体での情報発信に加え、よりSNS等を駆使した戦略的プロモーションを実施し、情報発信を実施する</p>
	<p><b>戦略に対する取組の有効性</b> ア</p> <p>ア:有効であり、継続して推進 イ:有効でないため、取組を見直す 一:プロセス指標未設定(未測定)</p>	