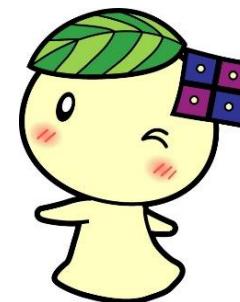


# 令和4年度 生野区の取組み（素案） （まちの未来部会：抜粋分）

令和3年度生野区区政会議  
第2回まちの未来部会



令和4年1月25日（水）



# 目 次

・令和4年度 生野区運営方針(素案)概要	3
・いんどり豊かな魅力のあるまち への課題	4
・令和4年度 主な取組	
・(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	7
・(3-1-2)空き家の利活用による新たな魅力づくり	8
・(3-1-3)学校跡地を核としたまちの活性化	9
・(3-1-4)持続可能な地域公共交通の推進	10
・(3-2-1)「生野の魅力」の発掘・浸透	11
・(3-2-2)区民のわがまち意識を育てる	12
・(4-1-1)まちづくり協議会による自律的な地域運営の促進	13



## 令和4年度 生野区運営方針(素案)

### 区の目標(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

### 区の使命(どのような役割を担うのか)

- ・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
- ・すべての区民が「持ち場」を持てる市民参画の機会拡大
- ・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

### 令和4年度 区運営の基本的な考え方(区長の方針)

「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。また、「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”を進めていくため、「生野区政3本柱」を軸にして運営を行う。

#### 【生野区政3本柱】

「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。

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」を考え、今後ますます活用が求められるICTや公民連携による課題解決に取り組み、課題最先端エリア・生野区として挑戦し続け、「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区政運営を行う。

## 重点的に取り組む主な経営課題

## 経営課題 3

## いざい豊かな魅力のあるまち

めざすべき将来像（最終的なめざす状態：概ね10～20年間を念頭に設定）

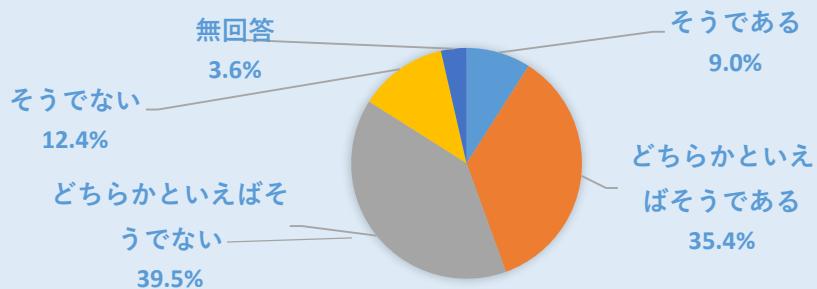
主なSDGsゴール

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）

- ・少子・高齢化・人口減少が急速に進んでいる。
- ・出生率の減少と死亡率の増加→自然増減率の減少
- ・近年、外国籍住民の急増（特にベトナムやネパール等）
- ・製造業の事業所数・従業員数の減少傾向が続いている  
事業所数：平成11年4,245 → 平成28年1,562  
従業員数：平成11年25,381人 → 平成28年11,649人  
【平成11年工業統計調査・平成28年経済センサス活動調査より】
- ・空家率：生野区19.8%（24区中5位）、全国13.6%、大阪市17.1%  
【H30住宅・土地統計調査より】
- ・「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 75,700 生野区 5,870（24区中1位）【H30住宅・土地統計調査より】
- ・BRTの社会実験（いまざとライナー）開始（平成31年4月～）
- ・オンデマンドバスの社会実験開始（令和3年3月～）
- ・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。（令和2年度区民アンケートより）  
全体で587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51.9%を占めた。



## 要因分析

- ・少子化にともなう若年層の減少による出生率の減少
- ・高齢人口の増加による死亡率の増加
- ・生野区の魅力の発掘・浸透が十分ではない
- ・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。
- ・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
- ・市場に流通していない空家の増加と建物老朽化
- ・赤バスの廃止等により交通不便地域が存在している

## 課題

- ・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。
- ・生野区を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。
- ・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。
- ・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。
- ・赤バスの廃止等により、交通不便地域が生じており、地域の特性や実情を踏まえた安定的な移動手段の確保が求められている。

経営課題 3

いどり豊かな魅力のあるまち

めざすべき将来像 (最終的なめざす状態:概ね10~20年間を念頭に設定)

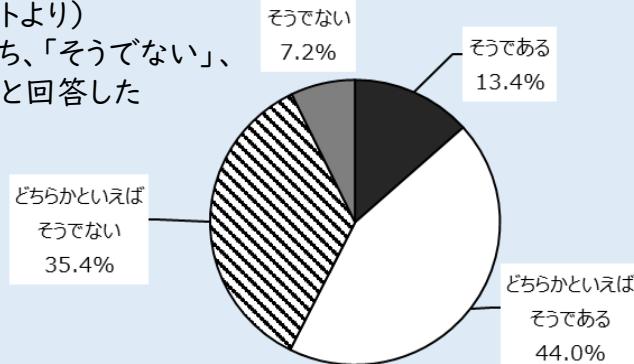
主なSDGsゴール

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)

- ・少子・高齢化・人口減少が急速に進んでいる。
- ・出生率の減少と死亡率の増加→自然増減率の減少
- ・近年、外国籍住民の急増(特にベトナムやネパール等)
- ・製造業の事業所数・従業員数の減少傾向が続いている  
事業所数:平成11年4,245 → 平成28年1,562  
従業員数:平成11年25,381人→ 平成28年11,649人  
【平成11年工業統計調査・平成28年経済センサス活動調査より】
- ・空家率:生野区19.8%(24区中5位)、全国13.6%、大阪市17.1%  
【H30住宅・土地統計調査より】
- ・「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 75,700 生野区 5,870(24区中1位)【H30住宅・土地統計調査より】
- ・BRTの社会実験(いまざとライナー)開始(平成31年4月~)
- ・オンデマンドバスの社会実験開始(令和3年3月~)
- ・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。(令和2年度区民アンケートより)  
全体で587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51.9%を占めた。



要因分析

- ・少子化にともなう若年層の減少による出生率の減少
- ・高齢人口の増加による死亡率の増加
- ・生野区の魅力の発掘・浸透が十分ではない
- ・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なるような情報の発信が十分ではない。
- ・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
- ・市場に流通していない空家の増加と建物老朽化
- ・赤バスの廃止等により交通不便地域が存在している

課題

- ・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。
- ・生野区を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。
- ・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。
- ・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。
- ・赤バスの廃止等により、交通不便地域が生じており、地域の特性や実情を踏まえた安定的な移手段の確保が求められている。

## 重点的に取り組む主な経営課題

## 経営課題 4

## まちづくり協議会による自律的な地域運営の促進 (改革の柱4-1)

めざすべき将来像 (最終的なめざす状態:概ね10~20年間を念頭に設定)

主なSDGsゴール

防災、防犯など安心・安全なまちづくりにかかる取組及び地域福祉、子育て支援、地域コミュニティづくりなどその他地域特性に即した地域課題の解決に向けた取組が自律的に進められている状態。(令和2年4月 市政改革プラン3.0)



## 現状 (課題設定の根拠となる現状・データ)

## 要因分析

## ①取組数と自律度の推移

まち協による自律的な地域運営に向けて、まちづくりセンターが有する専門的なスキル・ノウハウを活用しながら支援を行ってきたことで、取組の増加や自律度の向上は見られるものの、地域住民の参加が少ない地域や、地域特性に応じた取組が進んでいない地域があり、また、取組や自律度の進展は逡減傾向にある。

## ②まち協の意義や求められる機能の理解

まち協の意義や求められる機能の理解度は、令和2年度には準行政的機能(89.6%)、総意形成機能(76.2%)と、まち協構成団体の理解が促進されているが、さらなる理解促進に向け、引き続き取り組む必要がある。

①まち協が形成され数年が経過し、地域による自律の進捗状況の差異が大きくなっていることから、地域によっては最適な支援が行われていないことが考えられる。(現状の①に対応)

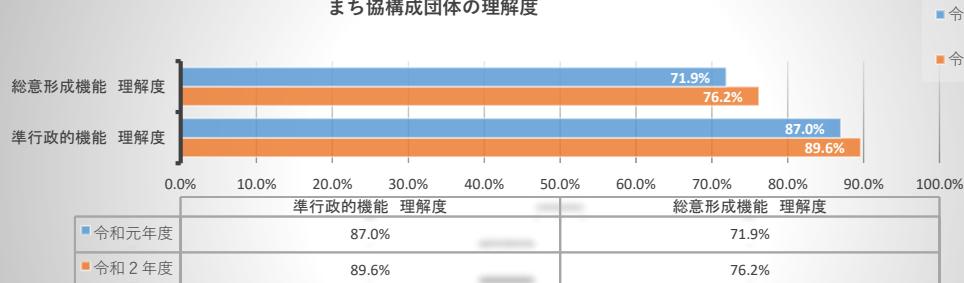
②まち協の意義や求められる機能について、理解を促進するための取り組みが十分ではないと考えられるため。(現状の②に対応)

## 課題

①より効果的な支援の実施に向けて必要な見直しを行い、全地域一律ではなく、地域の実情に即した最適な支援を行う必要がある。(要因分析の①に対応)

②まち協の意義や求められる機能について理解が深まるよう、積極的な働きかけや情報発信を行う必要がある。(要因分析の②に対応)

まち協構成団体の理解度



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

計画(取組内容)

2決算額(158千円) 3予算額(222千円) 4算定見込額(一 千円)

プロセス(過程)指標  
(取組によりめざす指標)

◇次世代育成を目的としたイベント開催

・ものづくりの楽しさや大切さを実感してもらうために、企業・教育機関・地域団体などと連携して開催。

・ものづくり企業に対する理解を深め、魅力発信につなげる取組みとして、区内小中学校と連携し、区内ものづくり企業への見学会を開催。

◇ものづくりのまち生野をPR

・HP、広報紙、各種イベントを通じて「ものづくり百景」を周知する。



イベント  
(ものづくり百景コーナー)



次世代育成を目的としたイベントなどへの参加数:前年度実績人数以上

区役所ホームページのものづくりページのビュー数:前年度実績件数以上

【撤退・再構築基準】  
上記参加者数が前年度実績の半数未満であれば、事業を再構築する。

上記件数が前年度実績の半数未満の場合、事業を再構築する。

前年度までの主な実績

【令和2年度】

- ・区ホームページ更新回数:2回  
(ものづくりページのビュー数:3,401件)
- ・区広報紙での百景企業紹介:8社
- ・桃谷中学校学びサポート講座:5社(参加者延べ151名)
- ・パネル展示の稼働日数:通年

【令和3年度】

- ・パネル展示の稼働日数:通年
- ・区ホームページ等での情報発信

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

## 計画(取組内容)

2決算額(176千円) 3予算額(346千円) 4算定見込額(271千円)

## プロセス(過程)指標 (取組によりめざす指標)

◇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。

- ・空き家の利活用を促進するためのセミナー等の開催(随時)
- ・地域が主体となった空家対策会議の開催:(随時)
- ・空き家物件情報の提供(随時)
- ・事業連携協定を締結した企業のプラットフォームを活用した空き家と空きスペースの利活用の促進(随時)

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:前年度実績以上



(空き家・空きスペース利活用セミナー)



(空き家セミナー)

【撤退・再構築基準】  
上記割合が前年度実績の半数未満の場合、事業を再構築する。

## 前年度までの主な実績

### 【令和2年度】

- ・空き家利活用事例紹介:9回
- ・地域が主体となった空家対策会議:7回
- ・生野空き家シンポジウムの実施
- ・空き家所有者の所在・活用意欲調査の実施

### 【令和3年度】

- ・地域が主体となった空家対策会議:6回
- ・空き家・空きスペース利活用セミナーの実施

具体的取組 3-1-3

# 学校跡地を核としたまちの活性化

計画(取組内容)

2決算額(15,436千円) 3予算額(89,002千円) 4算定見込額(338,725千円)

プロセス(過程)指標  
(取組によりめざす指標)

◇生野区西部地域学校再編整備計画の進捗にあわせて、学校跡地を核としたまちの活性化に寄与する跡地活用方法を検討する。

◇元年6月に策定した「生野区西部地域の学校跡地を核としたまちづくり構想」を基に、「みんなの学校」「まちぐるみ教育」というコンセプトのもと小学校ごとの学校跡地の利活用の基本計画・事業計画を作成するとともに、活用に向けた施設の商品化作業を実施し、跡地活用の運営に向けた準備に取り組む。

◇活用計画案を策定した小学校跡地から順次、活用に向けたマーケットサウンディングを行い、対話により明らかとなる課題や条件を整理したうえで、活用事業者の公募を実施する。

活用事業者の決定:生野小、生野南小、林寺小

活用に向けた商品化:生野小、生野南小、林寺小、舍利寺小



**【撤退・再構築基準】**  
上記小学校跡地において事業者が選定できなかった場合、手法・スケジュール等を見直し、事業を再構築する。

前年度までの主な実績

【令和2年度】

- ・御幸森小学校跡地活用事業者募集プロポーザル(3年3月~8月)
- ・御幸森小学校跡地の活用に関するマーケットサウンディング(2年6月~9月)

【令和3年度】

- ・生野小学校跡地活用マーケットサウンディング(2年3月~7月)
- ・生野南小学校跡地、林寺小学校跡地活用に関するマーケットサウンディング(2年7月~10月)
- ・御幸森小学校跡地活用事業者の選定(3年10月)

## 具体的取組 3-1-4

## 持続可能な地域公共交通の推進

## 計画(取組内容)

2決算額(4千円) 3予算額(250千円) 4算定見込額(113千円)

・区内における公共交通不便地域の解消をめざし、交通弱者はもとより、区民のの移動手段の確保、地域活動の活性化を図るため、地域、事業者、行政等が参加する「生野区地域公共交通検討会」などを開催し、持続可能な生野区にふさわしい地域公共交通の導入に向け、認知度・理解度の向上をはじめとした支援を行っていく。

プロセス(過程)指標  
(取組によりめざす指標)

「生野区地域公共交通検討会」などにおける「新たな地域公共交通」の認知度・理解度 前年度実績以上

**生野区** 9月18日(土) 13:30~15:30  
生野区役所 6階 大会議室

申込期間 9/6(月)~9/16(木) 17:30まで  
申込方法 氏名・フリガナ・住所・電話番号・メールアドレスを、電子メール、電話または来庁にて「問合せ先」まで

新コロナウイルスの感染状況により、中止、変更していく場合があります。ご利用は、区庁または電話にてご確認ください。

無料・定員50名 (要申込・先着順)

オンデマンドバスは、Osaka Metro Groupが運行しています!

地域住民 行政 事業者

【問合せ先】  
生野区役所 地域まちづくり課  
電話: 06-6715-9743  
電子メール: ikunoevent@city.osaka.lg.jp



地域公共交通検討会

【撤退・再構築基準】  
認知度・理解度が前年度実績の半数未満の場合、実施方法等の見直しを図る。

## 前年度までの主な実績

## 【令和2年度】

- ・福祉こうつう会議の開催 2回
- ・地域公共交通検討会の開催 1回

## 【令和3年度】

- ・オンデマンドバス社会実験の経過報告等のHP掲載及び意見募集(R3)

具体的取組 3-2-1

# 「生野の魅力」の発掘・浸透

## 計画（取組内容）

2決算額(22,083千円) 3予算額(25,700千円) 4予算算定額(23,488千円)

## プロセス（過程）指標 （取組によりめざす指標）

◇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

- ・広報紙の多言語翻訳版を配信
- ・広報紙における特集等の作成：年12回
- ・広報紙をはじめ、区公式ホームページや公式ブログ・Twitter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）
- ・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）

◇「やさしい日本語」区公式Facebookによる情報発信を行う

◇生野区まち情報サイト「いくのぐらし.com」を運営する「（一社）いくのもり」と連携を強化し、生野区の魅力情報等発信を行う。（通年）

◇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り組む「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）

公式ブログのビュー数の年間目標：20,000件以上

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）

**【撤退・再構築基準】**  
上記ビュー数が10,000件未満の場合、事業を再構築する。

上記件数が5割未満の場合、事業を再構築する。

## 前年度までの主な実績

【令和3年8月末】

- ・広報紙の多言語版をアプリ配信：毎月
- ・広報紙における特集及び連載記事の作成：5回
- ・ブログ投稿数：5件、ブログビュー数：13,677件
- ・Twitterツイート件数：600件
- ・Twitterインプレッション数：716,317件
- ・Facebookによる「やさしい日本語」での情報発信：15件
- ・プレスリリース：4件、メディアで取り上げられた件数：1件

## 具体的取組 3-2-2

## 区民のわがまち意識を育てる

## 計画(取組内容)

2決算額(22,083千円) 3予算額(25,700千円) 4算定見込額(23,488千円)

◇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。

- ・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)
- ・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)
- ・区民まつりでの多文化共生ブースの設置(再掲)
- ・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)
- ・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)(再掲)

◇プレイスメイキング事業の推進

- ・国産木材を活用して制作した椅子・机等を地域イベントなどに貸し出し、にぎわいづくりを行う。



## プロセス(過程)指標

(取組によりめざす指標)

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

【撤退・再構築基準】  
上記割合が30%未満の場合、事業を再構築する。

## 前年度までの主な実績

- ・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
- ・マスコットキャラクター「いくみん」ラインスタンプ販売
- ・新型コロナウイルス感染症拡大防止対策の影響により、区民まつりが中止となったことから、多文化共生(やさしい日本語)ブースの設置に代わるコミュニケーションの場として、区内中学校等において多文化共生(やさしい日本語)講座を実施

具体的取組 4-1-1

まちづくり協議会による自律的な地域運営の促進(改革の柱4-1)

計画(取組内容)

2決算額(48,823千円)3予算額(52,168千円)4算定見込額(52,192千円)

- ・まちづくりセンターと協力し、地域実情に応じた支援を行うため、まち協のあり方や、地域内での課題などについて話し合いを進める会議を開催する。
- ・自治会、町内会単位(第一層)の活動等を支援し、身近な地域でのつながりづくりと地域活動の活性化を図るとともに、市民活動への支援等を通じて、様々な活動主体と地域の連携を促進する。
- ・幅広い世代の住民が地域活動について興味を持ち、地域活動の新たな担い手へとつながるよう、まちづくりセンターと連携し、SNS等を通じて、各まち協の特色ある活動を発信する。さらに、誰もが気軽に参加ができ、交流できる場を提供し、多様な人を巻き込み、新たな地域活動の担い手を発掘する。
- ・まち協の理事会や会計説明会を通じて、より民主的に開かれた組織運営と会計の透明性の確保の重要性を浸透させる。

プロセス(過程)指標  
(取組によりめざす指標)

①まち協の構成団体が、まち協に対し地域の実情やニーズに即した支援が実施されていると思う割合:前年度実績以上

②まちづくりセンターの支援を受けた団体が、支援に満足している割合:前年度実績以上

③まち協を知っている区民の割合:前年度実績以上

【撤退・再構築基準】

上記①及び②の割合が50%を下回った場合  
上記③の割合が前年度実績の半数を下回った場合  
地域への支援方法を見直すなど事業を再構築する。

前年度までの主な実績

- ・地域虎の巻会議の開催 【令和2年度】3地域 【令和3年度】2地域
- ・気軽に誰もが参加でき、交流できる場の提供(まちカフェ) 【令和2年度】10回 【令和3年度】6回
- ・まち協と企業等の連携 【令和2年度】12件 【令和3年度】12件
- ・区役所内にまち協の情報発信コーナーの設置(随時)
- ・ブロック担当者会議の開催 【令和2年度】8回 【令和3年度】6回
- ・連合振興町会長会議において行政情報の提供 【令和2年度】8回 【令和3年度】1回
- ・町会加入促進の案内チラシの配布やHPでの広報(随時)

