

# 令和3年度生野区の取組み 振り返りについて (まちの未来部会：抜粋分)

令和4年度 生野区区政会議  
第1回まちの未来部会



令和4年6月2日(水)



# 目次

|  |    |
|--|----|
| ・ いろいろ豊かな魅力のあるまち                           | 3  |
| ・ (3-1) 地域資源から魅力資源へ                        | 4  |
| ・ (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          | 5  |
| ・ (3-1-2) 空き家の利活用による新たな魅力づくり               | 6  |
| ・ (3-1-3) 学校跡地を核としたまちの活性化                  | 7  |
| ・ (3-1-4) 持続可能な地域公共交通の推進                   | 8  |
| ・ (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～  | 9  |
| ・ (3-2-1) 「生野区の魅力」の発掘・浸透                   | 10 |
| ・ (3-2-2) 区民のわがまち意識を育てる                    | 11 |
| ・ 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)         | 12 |
| ・ (4-1) 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)   | 13 |
| ・ (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) | 14 |

重点的に取り組む主な経営課題

経営課題 3

いそ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)

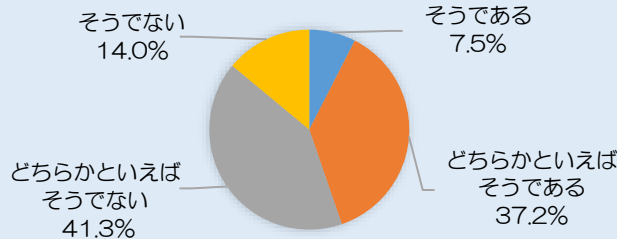
主なSDGsゴール

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
- ・ 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1,962 従業員数: 平成11年25,381人→平成28年14,207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)が開始(平成31年4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3年度区民アンケートより)  
全体で465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55.3%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へ
- ・ 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

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。

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

自己評価

「ものづくり百景」を活用したPRや次世代育成を目的としたイベントを開催するなど、ものづくりの魅力を発信する機会を増やし、生野区の魅力向上に努めていくとともに、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が減少傾向のため、公民連携によるセミナーの開催など、効果的な取り組みを検討・実施していく。また、学校跡地活用の初の事例として、御幸森小学校跡地活用事業者を公募選定し、令和4年4月1日付けで活用事業者と契約を締結したところである。今後、防災拠点機能や地域コミュニティ機能を備えつつ、将来のまちの活性化につながる学校跡地運営を含む一体的なまちづくりを進めていく。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るように、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して区内外に効果的に発信を続けている。しかしながら本年度は、昨年度に引き続き新型コロナウイルス感染拡大防止対策の影響により、区民や団体等が、従来の形では思うように活動できず、一定数は新しい形での活動に移行したものの、情報が届きにくい層で認知度が下がったと考えられる。新しい形での活動の情報が届きにくい層へ情報を発信していくことで認知度を回復することが可能であると考えられるため、引き続き取組を進めていく。

## めざす成果及び戦略3-1

## 地域資源から魅力資源へ

(様式2)

| めざす状態<br>(概ね3~5年を念頭に設定)  | 戦略 (中長期的な取組の方向性)  |                         |                        |                        | 戦略の<br>進捗状況         |  |
|--|---|-------------------------|------------------------|------------------------|---------------------|--|
| <p>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</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> <li>「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。</li> <li>「学校跡地を核にしたまちづくり構想」の考え方をもとに、「みんなの学校」が防災・地域コミュニティ機能を有しつつ、まちの潜在力を発掘し、まち全体が学びの場となり、区独自の教育・産業・暮らし・福祉の場の創出につなげていく。</li> </ul> |                         |                        |                        | <p>順調でない</p>        |  |
| アウトカム(成果)指標<br>(めざす状態を数値化した指標)                                       | アウトカム指標の達成状況  |                         |                        |                        | 戦略のアウトカムに対する有効性     | 課題 ※有効でない場合は必須   |
| <p>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</p>                     | <p>今年度</p> <p>53.8%</p>   | <p>前年度</p> <p>57.4%</p> | <p>個別</p> <p>順調でない</p> | <p>全体</p> <p>順調でない</p> | <p>有効であり、継続して推進</p> | <p>コロナ感染拡大の影響により、次世代育成を目的としたイベントが一部開催できない状況となった。</p>                                   |
| <p>空家の活用意向がある所有者の割合：令和7年度までに90%以上を維持</p>                             | <p>未測定<br/>(令和4年度に調査予定)</p>   | <p>90.9%</p>            | <p>個別</p> <p>順調</p>    |                        |                     | <p>今後の方向性 ※有効でない場合は必須</p> <p>コロナ禍でも工夫しながら、次世代育成を目的としたイベントを開催するなど、ものづくりの魅力発信に努めていく。</p> |

## 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

3-1-2

空き家の利活用による新たな魅力づくり

3-1-3

学校跡地を核としたまちの活性化

3-1-4

持続可能な地域公共交通の推進

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）

元決算額（8,598千円） 2 予算額（225千円） 3 予算額（222千円）

プロセス（過程）指標  
(取組によりめざす指標)

◇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。

- ・次世代育成を目的としたイベントの開催回数：1回以上

◇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、区内ものづくり企業への見学に関して学校などから依頼があった場合に開催ができるようにコーディネートを行う。

- ・区内企業への見学会などの開催：随時

◇ものづくりのまち生野をPRするために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)

①次世代育成を目的としたイベントなどへの参加数：151名以上

②区役所ホームページのものづくりページのビュー数：3,401件以上

【撤退・再構築基準】

①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。

②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。

|  |                             |   |   |  |  |  |
|--|-----------------------------|---|---|--|--|--|
| 自己評価                                       | プロセス指標の達成状況                 |   | 当年度の実績  |  | 前年度までの主な実績   |  |
|  | 中間                          | 年度末   | ・ものづくり教室：中止<br>・子ども工作教室：中止<br>・次世代の職業体験プログラム開催：2校 延べ10回（参加者：165名）<br>・みんなの文化祭（ものづくり百景コーナー）：2日（説明者延べ180名）<br>・パネル展示<br>・区ホームページ等での情報発信（ものづくりページのビュー数：1,787件） |  | 【令和2年度】<br>・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）<br>・区広報紙での百景企業紹介：8社<br>・桃谷中学校学びサポート講座：5社（参加者延べ151名）<br>・パネル展示の稼働日数：通年 |  |
|  | 目標：達成（見込）<br>取組：予定どおり進捗している | 目標①：達成（345名）<br>目標②：未達成（1,787件）<br>取組：予定どおり実施   |   |  |  |  |
|  | 戦略に対する取組の有効性                |   | 課題と改善策 ※プロセス指標の達成状況が「未達成（見込）」、戦略に対する取組の有効性が「有効でない」場合は、必須  |  |  |  |
| 中間   | 年度末                         | 中間  |   | 年度末  |  |  |
| 有効であり継続して推進<br><br>（プロセス指標）一部未測定（イベント参加人数） | 有効であり、継続して推進                | 運営主体との調整の中で、次世代育成を目的とした「ものづくり教室」が中止となったが、引き続き、コロナウイルス感染症拡大の状況を見極めながら、2月に予定している「子ども工作教室」の実施に向け準備を進めていく。また、区のホームページのものづくりページのビュー数についても、ものづくりページの更新を行い向上させていく。 |   | 区のホームページのものづくりページのビュー数が減少しているので、区内小中学校への「ものづくり百景」の活用依頼や、次世代育成を目的としたイベントなどを開催し、ものづくりの魅力を発信していく。 |  |  |



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）

元決算額（161千円） 2 予算額（436千円） 3 予算額（346千円）

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。

- ・地域による老朽住宅や空き家の建替え・利活用の促進、新たに空き家を生み出さないためのセミナー等の開催：（随時）
- ・地域が主体となった空き家対策会議の開催：（随時）
- ・空き家物件情報の提供（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（25%）以上

【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。



(株)入°-マーケット及びakippa(株)と事業連携協定調印式



(空き家セミナー)

自己評価

| プロセス指標の達成状況                        |  | 当年度の実績   | 前年度までの主な実績  |
|------------------------------------|--|--|---|
| 中間                                 | 年度末                                    | <p>【令和3年度】（3月末）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・地域が主体となった空家対策会議：11回</li> <li>・空き家・空きスペース利活用セミナーの実施（9月）<br/>※事業連携協定締結事業者（株）入°-マーケット及びakippa(株)との共催</li> <li>・生野空き家シンポジウムの実施（12月）</li> </ul> | <p>【令和2年度】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・空き家利活用事例紹介：9回</li> <li>・地域が主体となった空家対策会議：7回</li> <li>・生野空き家シンポジウムの実施（9月）</li> <li>・空き家所有者の所在・活用意欲調査の実施（11月）</li> <li>・(株)入°-マーケット及びakippa(株)との事業連携協定締結（3月）</li> </ul> |
| <p>目標：達成（見込）</p> <p>取組：予定どおり進捗</p> | <p>目標：未達成（21.2%）</p> <p>取組：予定どおり実施</p> | <p>課題と改善策 ※プロセス指標の達成状況が「未達成（見込）」、戦略に対する取組の有効性が「有効でない」場合は、必須</p>  | <p>生野区空き家活用プロジェクト運営委員会との連携など、これまでの取り組みは継続しつつ、さらなる空き家の利活用促進のため、事業連携協定を締結した民間事業者とも連携し、セミナーの開催など効果的な取組みを検討・実施していく。</p>   |
| 戦略に対する取組の有効性                       |  |  |   |
| <p>（プロセス指標）未測定</p>                 | <p>有効であり、継続して推進</p>                    | <p>-</p>   | <p>生野区空き家活用プロジェクト運営委員会との連携など、これまでの取り組みは継続しつつ、さらなる空き家の利活用促進のため、事業連携協定を締結した民間事業者とも連携し、セミナーの開催など効果的な取組みを検討・実施していく。</p>   |

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）

元決算額（13,363千円） 2 予算額（17,658千円） 3 予算額（89,002千円）

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。



活用事業者の公募実施：生野小、生野南小、林寺小

活用に向けた商品化：御幸森小、生野小、生野南小、林寺小

【撤退・再構築基準】  
上記計画の策定ができなかった場合、手法・スケジュール等を見直し、事業を再構築する。

|              |                         |                     |  |  |
|--------------|-------------------------|---------------------|--|--|
| 自己評価         | プロセス指標の達成状況             |                     | 当年度の実績   | 前年度までの主な実績   |
|              | 中間                      | 年度末                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>御幸森跡地活用事業者募集プロポーザル（3年3月～9月）</li> <li>生野小学校跡地活用に関するマーケットサウンディング（3年3月～7月）</li> <li>生野南小学校跡地活用に関するマーケットサウンディング（3年7月～10月）</li> <li>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（3年7月～10月）</li> <li>生野小学校跡地活用事業者募集プロポーザル（4年1月～8月）</li> <li>生野南小学校跡地活用事業者募集プロポーザル（4年3月～9月）</li> <li>林寺小学校跡地活用事業者募集プロポーザル（4年3月～9月）</li> <li>活用に向けた商品化</li> <li>御幸森：改修工事 生野：実施設計 生野南、林寺：現況調査、実施設計</li> </ul> | <p>【令和2年度】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>生野南小学校跡地検討会議の設置（2年6月～）</li> <li>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）</li> <li>御幸森小学校跡地活用事業者の公募開始（3年3月～）</li> </ul> <p>【令和元年度】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>「生野区西部地域の学校跡地を核としたまちづくり構想」策定（元年6月）、生野小学校学校跡地発着会議の設置（元年7月～）、御幸森小学校学校跡地発着会議の設置（元年8月～）</li> <li>「みんなの学校会議」開催（元年9月）、「参画エントリー会議」開催（元年11月）</li> </ul> |
|              | 目標：達成（見込）<br>取組：予定どおり進捗 | 目標：達成<br>取組：予定どおり実施 |  |  |
|              | 戦略に対する取組の有効性            |                     | 課題と改善策   | ※プロセス指標の達成状況が「未達成（見込）」、戦略に対する取組の有効性が「有効でない」場合は、必須  |
| 中間           | 年度末                     | 中間                  | 年度末  |  |
| 有効であり、継続して推進 | 有効であり、継続して推進            | -                   | -  |  |

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）

元決算額（12千円） 2予算額（273千円） 3予算額（250千円）

プロセス（過程）指標  
(取組によりめざす指標)

・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。

「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 60%以上



地域公共交通検討会

【撤退・再構築基準】  
認知度・理解度が50%未満の場合、実施方法等の見直しを図る。

|             |                             |   |  |  |
|-------------|-----------------------------|---|--|--|
| 自己評価        | プロセス指標の達成状況                 |   | 当年度の実績   | 前年度までの主な実績   |
|             | 中間                          | 年度末   | <ul style="list-style-type: none"> <li>福祉こうつう会議：12月実施</li> <li>福祉こうつう会議に関する勉強会の開催：3月実施</li> <li>地域公共交通検討会：3月実施。</li> <li>区のホームページでの社会実験に関する意見募集。9月・1月実施</li> </ul> | 福祉こうつう会議の開催(R1) 4回 (R2) 2回<br>地域公共交通検討会の開催(R1) 2回 (R2) 1回<br>地域公共交通勉強会の開催(R1) 1回 |
|             | 目標：達成（見込）<br>取組：予定どおり進捗している | 目標：達成（63.1%）<br>取組：予定どおり実施  |  |  |
|             | 戦略に対する取組の有効性                |   | 課題と改善策 ※プロセス指標の達成状況が「未達成（見込）」、戦略に対する取組の有効性が「有効でない」場合は、必須   |  |
| 中間          | 年度末                         | 中間  | 年度末  |  |
| （プロセス指標）未測定 | 有効であり、継続して推進                | 新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、「地域公共交通検討会」や「福祉こうつう会議」が中止となったが、区のHPで社会実験に関する情報提供及び意見募集を行うなど、オンデマンドバスの認知度向上に向けた取組みを進めていく。 |  |  |



| めざす状態<br>(概ね3～5年を念頭に設定)                               | 戦略<br>(中長期的な取組の方向性)   | 戦略の<br>進捗状況 |
|---|---|-------------|
| <p>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</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>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。<br/>                     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<br/>                     若年層：まち歩き楽しさ・昭和レトロな風景・多文化交流の魅力<br/>                     中高年層：昭和の時代のなつかしさ・あたたかさ</li> <li>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。</li> <li>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。</li> <li>官民連携シティプロモーションオープン会議から生まれた「(一社)いくのもり」との事業連携協定にもとづき生野区の魅力等情報発信を行い、シティプロモーションの推進を図る。</li> <li>外国人住民が多い、銭湯が多い等の生野区の特徴を、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</li> </ul> | <p>順調</p>   |

| アウトカム(成果)指標<br>(めざす状態を数値化した指標)                                       | アウトカム指標の達成状況 |       |       |       | 戦略のアウトカムに対する有効性 | 課題 ※有効でない場合は必須  |
|--|--------------|-------|-------|-------|-----------------|---|
|  | 今年度          | 前年度   | 個別    | 全体    |                 |   |
| <p>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</p> | 44.7%        | 44.4% | 順調でない | 順調でない | 有効であり、継続して推進    | <p>新型コロナウイルス感染症拡大防止対策によるイベントなどで広報活動の機会が減少が影響していると考える。</p>   |
|  |              |       |       |       |                 | <p>今後の方向性 ※有効でない場合は必須</p> <p>割合については、前年度より増加しており、現在の取組は有効であると考えている。情報発信の手法を工夫するなど情報が届きにくい層への情報提供に努めていきたい。</p> |

## 具体的取組

3-2-1

「生野の魅力」の発掘・浸透

3-2-2

区民のわがまち意識を育てる

具体的取組 3-2-1

「生野の魅力」の発掘・浸透

計画（取組内容）

元決算額（19,020千円） 2 予算額（25,479千円） 3 予算額（25,700千円）

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アプリ配信
- ・広報紙における特集及び連載記事の作成：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）

①公式ブログのビュー数の年間  
目標：18,000件

②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。

| 自己評価 | プロセス指標の達成状況  |  | 当年度の実績  | 前年度までの主な実績   |
|------|--------------|--|---|--|
|      | 中間           | 年度末  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・広報紙の多言語翻訳版をアプリ配信（毎月）</li> <li>・広報紙における特集等記事の作成：21件</li> <li>・ブログ投稿数：8件、ブログビュー数：32,362件</li> <li>・Twitterツイート件数：1,341件（インプレッション数：1,366,949件）</li> <li>・Facebookによる「やさしい日本語」での情報発信：27件</li> <li>・プレスリリース：21件、メディアで取り上げられた件：12件</li> <li>・公民連携による（株）大都及びGreenSnap(株)との共催で花と緑のフォトコンテスト実施。また、アプリ上にコミュニティ「#からふる生野区」をオープン</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>・広報紙の多言語版をアプリ配信：8月号より</li> <li>・広報紙における特集及び連載記事の作成：12回</li> <li>・ブログ投稿数：30件、ブログビュー数：29,585件</li> <li>・Twitterツイート件数：1,632件</li> <li>・Twitterインプレッション数：1,341,342件</li> <li>・Facebookによる「やさしい日本語」での情報発信：48件</li> <li>・プレスリリース：15件、メディアで取り上げられた件数：39件</li> </ul> |
|      | 戦略に対する取組の有効性 | 課題と改善策 ※プロセス指標の達成状況が「未達成（見込）」、戦略に対する取組の有効性が「有効でない」場合は、必須 |   |  |
|      | 中間           | 年度末  | 中間  | 年度末  |
|      | （プロセス指標）未測定  | 有効であり、継続して推進   | -   | -  |

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）

元決算額（19,020千円） 2 予算額（25,479千円） 3 予算額（25,700千円）

プロセス（過程）指標  
（取組によりめざす指標）

◇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）
- ・区内中学校等において多文化共生講座を実施（再掲）【改定履歴あり】
- ・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。



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。

|              |              |  |  |   |
|--------------|--------------|--|--|---|
| 自己評価         | プロセス指標の達成状況  |  | 当年度の実績   | 前年度までの主な実績  |
|              | 中間           | 年度末  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・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の広報支援：7月号半面特集</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：53件</li> <li>・区内中学校等での多文化共生（やさしい日本語）講座の実施（11月2回、2月1回）</li> <li>・地域団体主催のイベントで、「やさしい日本語」ブースを出展。（11月）</li> <li>・椅子・机等の地域イベント等への貸出要綱の整備（プレイスメイキング事業）</li> </ul> | <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> </ul>   |
|              | 目標：達成（見込）    | 目標：未達成（27.7%）<br>取組：予定どおり実施                              |  |   |
|              | 取組：予定どおり進捗   |  |  |   |
| 戦略に対する取組の有効性 |              | 課題と改善策 ※プロセス指標の達成状況が「未達成（見込）」、戦略に対する取組の有効性が「有効でない」場合は、必須 |  |   |
| 中間           | 年度末          | 中間   | 年度末  |   |
| （プロセス指標）未測定  | 有効であり、継続して推進 | -  |  | 本年度は、昨年度に引き続き新型コロナウイルス感染拡大防止対策の影響により、区民や団体等が、従来の形では思うように活動できず、一定数は新しい形での活動に移行したものの、情報が届きにくい層で認知度が下がったと考えられる。新しい形での活動の情報が届きにくい層へ情報を発信していくことで認知度を回復することが可能であると考えられるため、引き続き取組を続けていくことが必要である。 |

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。

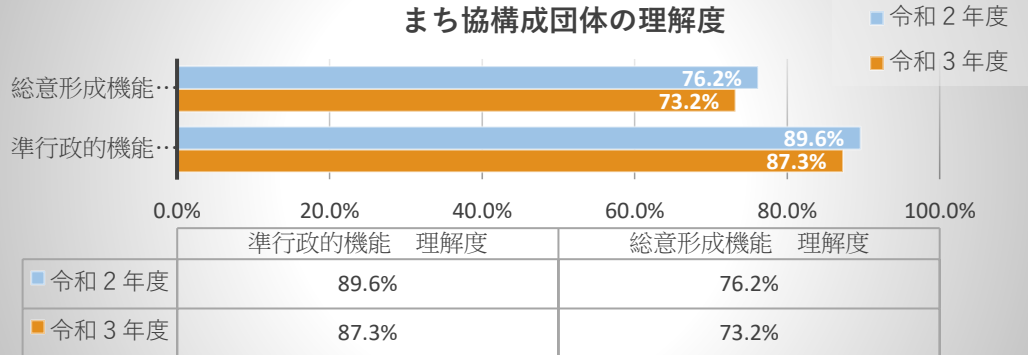
②まち協の意義や求められる機能の理解

まち協の意義や求められる機能の理解度は、令和3年度には準行政的機能(87.3%)、総意形成機能(73.2%)と、まち協構成団体の理解度が前年度と比べ微減しているため、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)

まち協構成団体の理解度



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こと。(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こと。(要因分析の②に対応)

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

①長引くコロナ禍にもかかわらず、まち協の構成団体が、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にあると思う割合は目標を達成しているものの、引き続き、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。

②各地域活動協議会のブログなど多様な媒体を活用した広報活動を行っている。引き続き、各地域まちづくり協議会が実施している取組を情報発信し、市民活動への参加を呼びかける。またSNSなど多様な媒体を活用しながら、若い世代が気軽に参加できる場の情報発信に取り組めるよう中間支援組織と連携し支援を行っていく。



| めざす状態<br>(概ね3~5年を念頭に設定)  | 戦略 (中長期的な取組の方向性)   |                      |                  |                  | 戦略の<br>進捗状況   |
|--|--|----------------------|------------------|------------------|---|
| <p>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。</p>       | <p>まちづくりセンターと協力し、まち協の目指すべき姿に向けて、地域の実情に即したきめ細やかな支援を行い、仕組みの定着を図ることで、より多くの住民参加による自律的な地域運営を実現する。</p> |                      |                  |                  | <p>順調でない</p>  |
| アウトカム(成果)指標<br>(めざす状態を数値化した指標)   | アウトカム指標の達成状況   |                      |                  |                  | 課題 ※有効でない場合は必須  |
| <p>地活協の構成団体が、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にあると思う割合：令和5年度までに90%以上(かつ前年度実績値以上)<br/>令和2年度：85.4%</p> | <p>今年度<br/>89.6%</p>   | <p>前年度<br/>85.4%</p> | <p>個別<br/>順調</p> | <p>全体<br/>順調</p> | <p>戦略のアウトカムに対する有効性<br/>有効であり、継続して推進</p> <p>今後の方向性 ※有効でない場合は必須<br/>まちづくりセンターと協力し、コロナ禍に適應した、まち協の目指すべき姿に向けて、地域の実情に即したきめ細やかな支援を行っていく。</p> |

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

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）

元決算額（45,914千円） 2 予算額（52,168千円） 3 予算額（52,168千円）

- ・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（92.7%）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（80.9%）

③まち協を知っている区民の割合：前年度実績（52.4%）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。

| 自己評価 | プロセス指標の達成状況             |  | 当年度の実績  | 前年度までの主な実績   |
|------|-------------------------|--|---|--|
|      | 中間                      | 年度末  | 【令和3年度】（3月末）<br>・地域虎の巻会議等の開催 2地域<br>・気軽に誰もが参加でき、交流できる場の提供（まちカフェ）12回<br>・まち協と企業等の連携 12件<br>・区役所内にまち協の情報発信コーナーの設置（随時）<br>・連合振興町会長会議において行政情報の提供 10回<br>・町会加入促進の案内チラシの配布やHPでの広報（随時） | 【令和2年度】<br>・地域虎の巻会議等の開催 3地域<br>・気軽に誰もが参加でき、交流できる場の提供（まちカフェ）10回<br>・まち協と企業等の連携 12件<br>・区役所内にまち協の情報発信コーナーの設置（随時）<br>・連合振興町会長会議において行政情報の提供 8回<br>・町会加入促進の案内チラシの配布やHPでの広報（随時）            |
|      | 目標：達成（見込）<br>取組：予定どおり進捗 | 目標：②達成<br>①③未達成<br>①：90.4%<br>②：82.1%<br>③：50.3%<br>取組：予定どおり実施 | ※プロセス指標の達成状況が「未達成（見込）」、戦略に対する取組の有効性が「有効でない」場合は、必須   |  |
|      | 戦略に対する取組の有効性            | 課題と改善策   |   |  |
|      | 中間                      | 年度末  | 中間  | 年度末  |
|      | （プロセス指標）未測定             | 有効であり、継続して実施   | -   | ・コロナ感染拡大の状況により地域活動に大きく影響するが、各地域まちづくり協議会から聞き取りなどを行い、先行的な取組事例の情報収集及び提供を行い、活動参加につなげていく。<br>・各地域まちづくり協議会の実施する活動の情報発信について、SNS等多様な媒体を活用しながら、若い世代が気軽に参加できる場の情報発信に取り組めるよう中間支援組織と連携し支援を行っていく。 |