

## 経営課題4 このはなの魅力や可能性を最大限に活かした地域活力の創出

### めざすべき将来像〈概ね10～20年間で念頭に設定〉

- 【魅力発信】 区民が自分の住むまちに誇りと愛着をもち、地域の公益的活動に積極的に参画している状態
- 【環境創造】 区民が日常生活のなかで、自律的に環境に配慮した活動を行える状態

### 【戦略4-1】人を育てる視点で「このはな」の魅力発信

#### めざす状態（概ね3～5年間で念頭に設定）

- 区民が舞洲の魅力の再認識などを通じて、此花のまちに誇りと愛着を持つことができる状態

めざすべき将来像：区民が自分の住むまちに誇りと愛着をもち、地域の公益的活動に積極的に参画している状態

## 【戦略4-1】人を育てる視点で「このはな」の魅力発信

### 主な業績目標

P

- i. 此花区の魅力再認識した区民の割合：60%以上  
(撤退基準：50%未満)
- ii. MKBが舞洲の魅力に繋がっていると思う区民の割合：  
60%以上(撤退基準：40%未満)

### 主な取組内容

- 「このはなブランドラウンドテーブル」  
を継続実施：12回
- 此花区の未来に向けた議論の中で  
出されたアイデアや取組みを情報発信：12回
- 舞洲の施設を活用した「MKBの  
祭典」を開催(年1回)

### 実績

D

- 11回
- 11回
- 開催  
(11月) 2

# 「このはなブランドラウンドテーブル」



# 「MKBの 祭典」



# 経営課題4 このはなの魅力や可能性を最大限に活かした地域活力の創出

めざすべき将来像：区民が自分の住むまちに誇りと愛着をもち、地域の公益的活動に積極的に参画している状態

## 【戦略4-1】人を育てる視点で「このはな」の魅力発信

### C 評価

i 此花区の魅力  
を再認識した区民の  
割合

目標 結果

60%  
以上

51.7  
%

ii MKBが舞洲の魅  
力に繋がっていると  
思う区民の割合

目標 結果

60%  
以上

49.8  
%

- 業績目標の達成には至っていない。此花区の高める取組につながるような議論の場として、「このはなブランドラウンドテーブル」を活性化していくことが必要。

### 28年度に反映した取組

### A

- 此花区の高めるような取り組みが創造できるよう「このはなブランドラウンドテーブル」やMKBの祭典を継続して実施していく。

## 経営課題4 このはなの魅力や可能性を最大限に活かした地域活力の創出

めざすべき将来像：区民が日常生活のなかで、自律的に環境に配慮した活動を行える状態

【戦略4-2】環境先進都市・大阪をめざすために行う環境創造のモデル的な取組みの推進

めざす状態（概ね3～5年間で念頭に設定）

- 区民が日常生活の中で環境問題に関心が持てる状態

めざすべき将来像：区民が日常生活のなかで、自律的に環境に配慮した活動を行える状態

【戦略4-2】環境先進都市・大阪をめざすために行う環境創造のモデル的な取組みの推進

主な業績目標

P

まちの緑化、美化などの活動に関心がある区民の割合：  
60%以上（撤退基準：50%未満）

主な取組内容

・「このはな環境創造ビジョン」に基づく事業の実施

- ◆環境創造に係る啓発・清掃活動等の情報発信
- ◆こどもへの環境教育の推進（年4回）
- ◆身近で日常的に取組める環境活動（清掃、緑化等）の活性化（年4回）

実績

D

- ◆随時実施
- ◆5回
- ◆清掃用具貸出16回、緑化相談12回

# こどもへの環境教育の推進



身近で日常的に取り組める  
環境活動(清掃、緑化等)



めざすべき将来像：区民が日常生活のなかで、自律的に環境に配慮した活動を行える状態

【戦略4-2】環境先進都市・大阪をめざすために行う環境創造のモデル的な取組みの推進

評価

C

まちの緑化、美化などの活動に関心がある区民の割合

目標

60%  
以上

結果

71%

- 取組を計画どおり実施することで、業績目標の達成に寄与したと考えられる。今後も取組を実施していく必要がある。

28年度に反映した取組

A

- 引き続き、このはな環境創造ビジョンに基づき、身近な環境活動の推進に取り組んでいく。