

## 重点的に取り組む主な経営課題

## 経営課題5

## 【訪りたい魅力と活気あふれるまちづくり】

計 画	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＞
	港区を訪れる人が増え、まちがにぎわい、地域経済が活発化している。
	現状（課題設定の根拠となる現状・データ）
	<ul style="list-style-type: none"> <li>区内の人口 平成22年国勢調査:84,947人 平成27年国勢調査:82,035人 平成29年1月推計人口:81,451人</li> <li>区内の年間商品販売額 平成3年度:360,225百万円 平成19年度:275,910百万円 平成24年度:235,389百万円</li> <li>区内の工業製品出荷額 昭和63年度:263,454百万円 平成20年度:82,517百万円 平成26年度:63,713百万円 (事業所統計調査等より)</li> <li>事業所数 平成13年 ①卸売・小売・飲食業:2,405 ②サービス業:1,174 ③製造業:794 平成21年 ①サービス業:1,430 ②卸売・小売・飲食業:1,235 ③製造業:654 平成24年 ①サービス業:1,282 ②卸売・小売・飲食業:1,085 ③製造業:605</li> <li>築港の観光資源 赤レンガ倉庫、レトロビル、築港高野山、 港住吉神社、海遊館、マーケットプレイス、 天保山岸壁(クルーズ客船)、 中央突堤のダイヤモンドポイント(夕陽)</li> <li>地下鉄大阪港駅の降車人数 平成23年度(平成23年11月8日調査):8,715人 平成24年度(平成24年11月13日調査):8,713人 平成25年度(平成25年11月19日調査):9,605人 平成26年度(平成26年11月11日調査):9,452人 平成27年度(平成27年11月17日調査):10,107人</li> <li>まちづくりに活用できる資源・資産 弁天町駅前土地区画整理記念事業(平成33年度完成予定) 市岡商業高校跡地、JR臨港(貨物)線跡地など</li> </ul>
	要因分析（現状・データから導かれる分析結果）＜めざすべき将来像と現状に差が生じる要因＞
	<ul style="list-style-type: none"> <li>平成29年1月の推計人口が平成22年国勢調査時より3,000人以上減少しており、港区が住みやすいまちであると感じられる情報の発信が不十分である。</li> <li>区内の人口減少は続いており、それに伴い小売店の販売額も減少するなど、まちのにぎわいが縮小している。</li> <li>港区にはこれまで卸売・小売業の事業所や飲食店が多く、準工業地域にはものづくり企業が多数立地していたが、近年、マンションや住宅建設が進む中、住工混在地域が増え、後継者難の零細企業が多いなど、商工業の経営環境が厳しい状況となり経営基盤が脆弱化している。</li> <li>築港地区は、海遊館などの近代的なアミューズメント施設のほか、歴史・文化などの観光資源が豊富に存在するものの、エリア情報が集約されていない。また、案内誘導サインの設置が限定的で、デザインも統一されていないことから、エリア全体が周遊性に乏しい状況になっているため、資源の魅力が十分に活かせておらず、来訪者の増加につなげていない。</li> <li>区内には、市岡商業高校跡地、JR臨港(貨物)線跡地など、まちづくりに活用できる資源・資産があるが、これまで主に関係局においてその活用や処分の検討が進められ、まちづくりの観点からの有効な活用策の検討は行われてこなかった。</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>港区が住みやすいまちであると感じられる魅力ある情報を発信し、まちの活性化につなげる必要がある。</li> <li>港区の魅力ある地域資源を広く周知活用しながら、地域、商店、企業等の様々な主体が連携協働して取組む機会の提供を行い、ビジネスチャンスにつなげることで、地域の活性化を図っていく必要がある。</li> <li>大阪の集客観光拠点の重点エリアに位置づけられている築港・天保山エリアにおいて、豊富な観光資源を活かした観光施策と連携して、まちづくりの視点から地域の活性化を図っていく必要がある。</li> </ul>

自 ら 取 組 む	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
	<ul style="list-style-type: none"> <li>区内の商店街では、地域と連携したにぎわいイベントなど個性ある取り組みが行われており、港区の魅力ある資源を活かした商品等を創出するみなトクモンプロジェクトを通じた商店や事業者間の連携も進んでおり、まちの魅力の発信につながっている。</li> <li>事業連携等によるビジネスチャンスを広げるため、大阪商工会議所と連携し近隣区等のものづくり事業者間の情報交換やネットワークの拡充を目的とした交流会を開催し、販路拡大につながる支援を行ったが、区内の事業者数や販売額が年々減少するなか、新たな企業連携(商談)を創出するためには、事業者の交流の場づくりと参加の働きかけ等の日常的な情報収集と企業ニーズにあったマッチングの積み重ねが必要である。</li> <li>築港・天保山エリアでは、人口減少・流出が顕著であるなど、まちの衰退が進んでいるが、エリア内には活用されていない既存ストックや資源が多く存在している。このため、にぎわい創出や居住人口増によるエリアの活性化を目標とする「築港・天保山まちづくり計画」を平成29年度末に策定、今後、居住地として魅力あふれるまち、来訪者による消費活動が活発なまち、起業・創業がしやすいまちをめざして、様々な取り組みを進めていく。</li> <li>区内には、市岡商業高校跡地、JR臨港(貨物)線跡地などの遊休地、資産があるため、今後のまちづくりの方向性や開発を巡る動向などを見据えながら、これらの資源・資産の活用策について区民の意見や資源・資産の特性などを踏まえて検討・具体化していく必要がある。</li> </ul>

めざす成果及び戦略 5-1 【地域資源を活かしたまちの活性化】

計画	めざす状態<概ね3～5年を念頭に設定> 区内の商工業者等が地域資源を活かしながら事業活動を行い、まちが活性化している。	戦略<中期的な取組の方向性> ・特色やオンリーワンの技術を持つ企業や商店の紹介など区内の魅力ある事業者の紹介により、まちの魅力発信を行う。 ・事業連携によるビジネスチャンスを広げるため、区内外の商工業者間の交流機会を提供する。 ・地域や事業者等との連携による地域資源を活かした商店街の取組を支援する。
	アウトカム<めざす状態を数値化した指標> 商店街等が連携してにぎわいイベントや個性ある取組を行うことでまちの活性化につながっていると感じる区民の割合 平成31年度までに60%以上	・「夕陽」や「ひまわり」、「あなご」など港区の地域資源をベースにしたオリジナルな商品「みなトクモン」を創出する取組を積極的に広報・周知することによりまちの魅力発信し、区民の「わがまち」への愛着を高める。 ・地域の魅力ある資源を活かした商品づくりに向けて、事業者へ港区名物をつくる「みなトクモンプロジェクト」への参画を働きかけるとともに、地域や商店街とも連携しながら、「みなトクモン」の販売機会を拡充し認知度の向上を図り、「みなトクモン」をツールとしてまちの活性化につなげる。

自己評価	戦略のアウトカムに対する有効性	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	課題	※有効性が「イ」の場合は必須	
	アウトカムの達成状況		前年度 個別 全体			
	商店街等が連携してにぎわいイベントや個性ある取組を行うことでまちの活性化につながっていると感じる区民の割合:46.7%		43.3%	A	A	
	戦略の進捗状況	b	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	

具体的取組5-1-1 【商工業者のビジネス機会の提供】

27決算額 - 円 28予算額 - 円 29予算額 - 円

計画	取組内容 企業や商店などの事業者に対してビジネス支援情報を提供するとともに、事業者間の出会いの場の提供やマッチングをサポートすることにより、ビジネス機会の創出につながる支援を行う。  事業者間の出会いの場の提供、マッチングのサポート:随時  大正・港ものづくり事業実行委員会事業(オープンファクトリー、修学旅行生受入等)への参画を促進することで、区内のものづくり事業者間の連携を図る。	業績目標(中間アウトカム) 大正・港ものづくり事業実行委員会と連携した事業者数:3件以上 【撤退基準】 大正・港ものづくり事業実行委員会と連携した事業者数が0件であれば事業を再構築する。  前年度までの実績 <26年度> ・港・西・大正3区合同中小企業経済交流会に参加した企業数:57社 ・人手不足ものづくり企業における人材確保支援事業の実施(5社5名採用) ・大阪商工会議所西支部と企業プレゼンテーション交流会共催(31社参加) <27年度> ・大阪商工会議所西支部と企業プレゼンテーション交流会共催(42社参加)
----	---	---

中間振り返り	業績目標の達成状況	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	○	○:有効 ×:有効でないため取組を見直す 一:中間アウトカム未設定(未測定)	

自己評価	取組実績 ・大正・港ものづくり事業実行委員会事業の実施(オープンファクトリー、修学旅行生の工場見学、ものづくりフェスタへの参画等) ・(一社)港産業会、青年部会、大阪商工会議所との連携事業(ビジネス講演会開催)の実施 ・企業の地域貢献活動への参画促進(工場見学、子ども110番の家、高齢者見守り 防災サポーター 清掃活動等) ・大阪商工会議所西支部と企業プレゼンテーション交流会共催	課題	※左記に「②、③」、「×」がある場合は必須	
	業績目標の達成状況 大正・港ものづくり事業実行委員会と連携した事業者数:9件	①(i)	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	○	○:有効 ×:有効でないため見直す 一:中間アウトカム未設定(未測定)	

具体的取組5-1-2

【港区の魅力発掘・創出】

27決算額 767千円 28予算額 1,371千円 29予算額 1,369千円

計画	取組内容	業績目標（中間アウトカム）
	「夕陽」や「ひまわり」、「あなご」など港区の魅力をモチーフにしたオリジナルな商品等を開発する事業者等を側面的に支援し、開発された商品等を港区の名物「みなトクモン」として積極的に広報・周知することにより、「みなトクモン」を通じて区民の「わがまち」への愛着を醸成し、まちの魅力を共有することで、「住んで誇りに思えるまち」をめざす。また、商品としての魅力をアピールして地域経済の活性化をめざす。  「みなトクモン」開発に関心を持つ事業者等を対象とした「みなトクモン発掘レクチャー」の開催：年4回以上 「みなトクモン」開発を促進するため みなトクモン募集及び「港区魅力発掘・創出事業の取組み」紹介リーフレットを作成 「みなトクモン」に関する事業者等の取組に関する情報発信：随時	「みなトクモン」の区民モニターアンケートによる認知度：50%以上 「みなトクモンのたまご」を活用して創出が見込まれる商品等の数(3品) 【撤退基準】 「みなトクモン」の区民モニターアンケートによる認知度が前年度以下であれば事業を再構築する。 「みなトクモンのたまご」を活用して創出が見込まれる商品等の数が3つ以下であれば事業を再構築する。
	前年度までの実績	<26年度> ・「みなトクモン」特集号(広報みなと)により、「みなトクモンのたまご」を使った「みなトクモン」の募集 ・事業者等を対象とした「みなトクモン発掘レクチャー」を5回開催 ・「みなトクモン」認定 14社 20品 <27年度> ・みなトクモンのたまごを使った料理コンテスト実施(平成27年6月～9月 35作品応募 4作品を選定し、特別みなトクモンに認定) ・「みなトクモン」認定 25社 34品 ・「みなトクモン」の区民モニターアンケートによる認知度：41.1% <28年度> ・みなトクモン広報ツールの充実 (みなトクモンのアプリ、作り手紹介、カードなど) ・「みなトクモン」認定 28社 40品(平成28年12月末現在) ・みなトクモンに関する情報発信 ツイッター70回、フェイスブック70回、区HP9回(平成28年12月末現在)

中間振り返り	業績目標の達成状況	①(i)	課題と改善策 ※左記に「②、③」、「×」がある場合は必須
	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：撤退基準未達成		
	戦略に対する取組の有効性	—	○：有効 ×：有効でないため取組を見直す —：中間アウトカム未設定(未測定)

自己評価	取組実績	課題 ※左記に「②、③」、「×」がある場合は必須	
	・「みなトクモン発掘レクチャー」の開催：3回 ・「みなトクモン」認定：30社 44品 ・みなトクモンに関する情報発信：ツイッター51回、フェイスブック51回、区HP14回、区広報通常頁2回・特集頁2回掲載 ・みなトクモン広報ツールの更新・充実(アプリの更新、みなトクモン紹介リーフレットをA5版8頁冊子からA2折り畳みA5版にして地図を見やすくし携帯性を向上、PRソングCDを認定店に配布して店頭・各種イベントにて再生) ・区民まつりにおけるみなトクモン紹介パネル展示・認定事業者出店 ・大阪商工会議所との連携によるスタンプラリーの実施・広報	・「みなトクモン」開発に関心を持つ事業者等の掘り起こし ・みなトクモン発掘レクチャー参加者の固定化 ・情報発信の一層の強化	
	業績目標の達成状況	改善策 ※左記に「②、③」、「×」がある場合は必須	
	「みなトクモン」の区民モニターアンケートによる認知度：47.1% 「みなトクモンのたまご」を活用して創出された商品等の数：4	②(ii)	
	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：撤退基準未達成		
	戦略に対する取組の有効性	○	○：有効 ×：有効でないため見直す —：中間アウトカム未設定(未測定)

具体的取組5-1-3

【地域や事業者等と連携した商店街による取組の支援】

		27決算額	-円	28予算額	-円	29予算額	-円
計画	取組内容	区役所が持つネットワークや情報発信力を活用して、地域や事業者等との連携による地域資源を活かした商店街の取組を支援する。 ・地域や事業者等と連携した商店街による取組に関する情報発信：随時 ・地域、事業者等と商店街との連携支援：随時					
	業績目標（中間アウトカム）	地域や事業者等と連携した商店街による取組の件数：3件 （27年度：3件） 【撤退基準】 地域や事業者等と連携した商店街による取組の件数が0件以下であれば事業を再構築する。 前年度までの実績 <26年度> ・八幡屋商店街で開催された「ヤハタヤバル」の情報発信、みなトクモン認定事業者の出店支援 <27年度> ・繁栄商店街で開催された「繁栄ワイワイ市場」の情報発信 <28年度> ・八幡屋商店街開催「ヤハタヤバル」繁栄商店街開催「繁栄ワイワイ市場」の情報発信、みなトクモン認定事業者の出店支援、商店街と地域や学校との連携支援、大阪市ボランティア活動振興基金の活用コーディネート等					
中間振り返り	業績目標の達成状況	①(i)					
	戦略に対する取組の有効性	○					
自己評価	取組実績	八幡屋商店街開催「ヤハタヤバル」、繁栄商店街開催「繁栄ワイワイ市場」、夕凧中央商店会・食鮮館カーム開催「夕凧にぎわい祭り」の情報発信、みなトクモン認定事業者の出展支援等					
	業績目標の達成状況	地域や事業者等と連携した商店街による取組の件数：3件 ①(i)					
	戦略に対する取組の有効性	○					

めざす成果及び戦略 5-2 【まちの魅力の発信】

計画	めざす状態<概ね3~5年間を念頭に設定> ・住みたいまちとしての魅力がわかりやすく一体的に発信されている。	戦略<中期的な取組の方向性> ・交通の利便性や豊かな歴史・文化資源など、港区に住む魅力について、マスコミ等への情報提供により、積極的に発信する。 ・特色やオンリーワンの技術を持つ企業や商店の紹介など区内の魅力ある事業者の紹介により、まちの魅力発信を行う。 ・「夕陽」や「ひまわり」、「あなご」など港区の地域資源をベースにしたオリジナルな商品「みなトクモン」を、創出する取組みを積極的に広報・周知することにより、まちの魅力を発信し、区民の「わがまち」への愛着を高める。
	アウトカム<めざす状態を数値化した指標> ○地域資源を活かした商工業者の事業活動がまちの活性化につながっていると感じる区民の割合:31年度までに60%以上	

自己評価	戦略のアウトカムに対する有効性	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	課題 ※有効性が「イ」の場合は必須
	アウトカムの達成状況	前年度	個別	全体
	地域資源を活かした商工業者の事業活動がまちの活性化につながっていると感じる区民の割合:46.7%	43.3%	A	A
	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	b	a: 順調 b: 順調でない	A: 順調 B: 順調でない	

具体的取組5-2-1 【港区に住む魅力の発信】

27決算額 - 円 28予算額 - 円 29予算額 - 円

計画	取組内容 交通の利便性や豊かな歴史・文化資源など、港区に住む魅力について、マスコミ等への情報提供により、積極的に発信する。 ・マスコミ等への情報提供:10回	業績目標(中間アウトカム) マスコミ等による情報発信:4回 【撤退基準】 マスコミ等による情報発信が2回以下であれば事業を再構築する。
		前年度までの実績 マスコミ等による情報発信回数 平成25年度:4回 平成26年度:9回 平成27年度:9回

中間振り返り	業績目標の達成状況	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	○	○:有効 ×:有効でないため取組を見直す —:中間アウトカム未設定(未測定)

自己評価	取組実績 交通の利便性や豊かな歴史・文化資源など、港区に住む魅力について、区長がラジオ番組に出演して情報発信を8回行った。	課題 ※左記に「②、③」、「×」がある場合は必須
	業績目標の達成状況 マスコミ等による情報発信:8回	改善策 ※左記に「②、③」、「×」がある場合は必須
	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:撤退基準未達成	
	戦略に対する取組の有効性	○



具体的取組5-2-2

【港区の魅力発掘・創出】【再掲 具体的取組5-1-2】

27決算額 767千円 28予算額 1,371千円 29予算額 1,369千円

計画	取組内容	業績目標（中間アウトカム）
	<p>「夕陽」や「ひまわり」、「あなご」など港区の魅力をモチーフにしたオリジナルな商品等を開発する事業者等を側面的に支援し、開発された商品等を港区の名物「みなトクモン」として積極的に広報・周知することにより、「みなトクモン」を通じて区民の「わがまち」への愛着を醸成し、まちの魅力を共有することで、「住んで誇りに思えるまち」をめざす。また、商品としての魅力をアピールして地域経済の活性化をめざす。</p> <p>「みなトクモン」開発に関心を持つ事業者等を対象とした「みなトクモン発掘レクチャー」の開催：年6回以上                  「みなトクモン」開発を促進するため みなトクモン募集及び「港区魅力発掘・創出事業の取組み」紹介リーフレットを作成                  「みなトクモン」に関する事業者等の取組に関する情報発信：随時</p>	<p>「みなトクモン」の区民モニターアンケートによる認知度：50%以上                  「みなトクモンのたまご」を活用して創出が見込まれる商品等の数(5品)                  【撤退基準】                  「みなトクモン」の区民モニターアンケートによる認知度が前年度以下であれば事業を再構築する。                  「みなトクモンのたまご」を活用して創出が見込まれる商品等の数が3つ以下であれば事業を再構築する。</p> <p>前年度までの実績</p> <p>&lt;26年度&gt;                  ・「みなトクモン」特集号(広報みなと)により、「みなトクモンのたまご」を使った「みなトクモン」の募集                  ・事業者等を対象とした「みなトクモン発掘レクチャー」を5回開催                  ・「みなトクモン」認定 14社 20品</p> <p>&lt;27年度&gt;                  ・みなトクモンのたまごを使った料理コンテスト実施(平成27年6月～9月) 35作品応募 4作品を選定し、特別みなトクモンに認定                  ・「みなトクモン」認定 25社 34品                  ・「みなトクモン」の区民モニターアンケートによる認知度：41.1%</p> <p>&lt;28年度&gt;                  ・みなトクモン広報ツールの充実                  (みなトクモンのアプリ、作り手紹介、カードなど)                  ・「みなトクモン」認定 28社 40品(平成28年12月末現在)                  ・みなトクモンに関する情報発信 ツイッター70回、フェイスブック70回、区HP9回(平成28年12月末現在)</p>

中間振り返り	業績目標の達成状況	①(i)	課題と改善策 ※左記に「②、③」、「×」がある場合は必須
	<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: 撤退基準未達成</p> <p>戦略に対する取組の有効性</p>	—	<p>○: 有効                  ×: 有効でないため取組を見直す                  —: 中間アウトカム未設定(未測定)</p>

自己評価	取組実績	課題 ※左記に「②、③」、「×」がある場合は必須
	<p>・「みなトクモン発掘レクチャー」の開催：3回                  ・「みなトクモン」認定：30社 44品                  ・みなトクモンに関する情報発信：ツイッター51回、フェイスブック51回、区HP14回、区広報通常頁2回・特集頁2回掲載                  ・みなトクモン広報ツールの更新・充実(アプリの更新、みなトクモン紹介リーフレットをA5版8頁冊子からA2折り畳みA5版にして地図を見やすくし携帯性を向上、PRソングCDを認定店に配布して店頭・各種イベントにて再生)                  ・区民まつりにおけるみなトクモン紹介パネル展示・認定事業者出店                  ・大阪商工会議所との連携によるスタンプラリーの実施・広報</p> <p>業績目標の達成状況</p> <p>「みなトクモン」の区民モニターアンケートによる認知度：47.1%                  「みなトクモンのたまご」を活用して創出された商品等の数：4</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: 撤退基準未達成</p> <p>戦略に対する取組の有効性</p>	<p>・「みなトクモン」開発に関心を持つ事業者等の掘り起こし                  ・みなトクモン発掘レクチャー参加者の固定化                  ・情報発信の一層の強化</p> <p>改善策 ※左記に「②、③」、「×」がある場合は必須</p> <p>・みなトクモン発掘レクチャーについて、新規開発に関心を持つ事業者向け、継続参加者向け、両者交流等対象者やテーマを絞った開催とするとともに、区広報紙や区HP・ツイッター等を通じて告知・報告を行う。                  ・認定事業者等の各種広報ツールの有効活用の促進                  ・関係機関と連携した事業・広報活動の強化                  ・「みなトクモンのたまご」のうち「あなご」を重点テーマとした取組の強化</p>

めざす成果及び戦略 5-3 【築港地区のにぎわいづくり】

計画	めざす状態<概ね3~5年間を念頭に設定> ・観光施策と連携したまちづくりが進み、まちが活性化している。		戦略<中期的な取組の方向性> ・民間活力によって豊富な観光資源を活性化するなど、観光施策と連携して、まちづくりの視点をもってソフト・ハード両面の環境整備を進め、エリアイメージの向上とブランド化に取組むことにより、にぎわいの創出や子育て世代の居住促進を図り、地域の活性化をめざす	
	アウトカム<めざす状態を数値化した指標> ※重点目標 ○築港・天保山エリアに魅力を感じる区民の割合 平成27年度：79.8%→平成31年度までに80%以上			
自己評価	戦略のアウトカムに対する有効性	ア	課題 ※有効性が「イ」の場合は必須	
	アウトカムの達成状況		前年度	個別 全体
	築港・天保山エリアに魅力を感じる区民の割合： 78.7%		78.5%	A 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 5-3-1 【「築港・天保山地区まちづくり計画」の策定】

		27決算額	- 円	28予算額	5,326千 円	29予算額	- 円
計画	取組内容	業績目標（中間アウトカム） 28年度に策定した「まちづくりの方針」を基に、「ベイエリアの魅力あふれる訪れたいまち・住みたいまちの実現」「水都大阪の玄関口として世界にアピールする集客観光拠点の形成」をめざす、中長期的なまちづくり計画を作成する。 【撤退基準】 計画を策定できないときは事業を再構築する。					
	・28年度策定の「まちづくり方針」に基づく「築港・天保山まちづくり計画」の作成 ・築港・天保山まちづくり計画策定プロジェクト会議の開催(4回予定) ・築港・天保山魅力創造検討会開催(2回予定)	前年度までの実績					
中間振り返り	業績目標の達成状況	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	○	○: 有効 ×: 有効でないため取組を見直す —: 中間アウトカム未設定(未測定)				
自己評価	取組実績	課題 ※左記に「②、③」、「×」がある場合は必須					
	業績目標の達成状況	築港・天保山まちづくり計画策定(H30.3)					
	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: 撤退基準未達成	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	○	○: 有効 ×: 有効でないため見直す —: 中間アウトカム未設定(未測定)				

具体的取組5-3-2

【大阪港開港150年を契機としたベイエリア魅力向上事業】

		27決算額	- 円	28予算額	1,000千 円	29予算額	1,596千 円	
計画	取組内容	大阪開港150年を記念し、大阪港や大阪の舟運、築港・天保山エリアの歴史を市民に広くアピールするため、大阪城・中之島周辺と築港・天保山エリアを舟で結ぶとともに、同エリアで市民参加型のイベントを実施する  イベントの企画内容を検討する会議:6回開催(5月～10月) 水都大阪の海の魅力を発信する水辺イベントと舟運の社会実験を実施:10月予定						
	業績目標 (中間アウトカム)	イベント来訪者への満足度調査結果:96%以上 イベント事業者の継続実施の意向調査結果:100%以上  【撤退基準】 イベント来訪者への満足度調査結果が50%以下なら事業を再構築する イベント事業者の継続実施の意向調査結果が50%以下なら事業を再構築する						
	28年度	・イベント来訪者の満足度:96% ・イベント事業者の継続実施意向:100%						
中間振り返り	業績目標の達成状況	①(i)		課題と改善策 ※左記に「②、③」、「×」がある場合は必須				
	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:撤退基準未達成							
	戦略に対する取組の有効性	—	○:有効 ×:有効でないため取組を見直す —:中間アウトカム未設定(未測定)					
自己評価	取組実績	・イベントの企画内容を検討する会議の開催:7回(4月～10月) ・10月に水辺イベント及び舟運の社会実験を実施					課題	※左記に「②、③」、「×」がある場合は必須
	業績目標の達成状況	イベント来訪者への満足度調査結果:96% イベント事業者の継続実施の意向調査結果:100%					改善策	※左記に「②、③」、「×」がある場合は必須
	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:撤退基準未達成							
	戦略に対する取組の有効性	○	○:有効 ×:有効でないため見直す —:中間アウトカム未設定(未測定)					



めざす成果及び戦略 5-4 【まちづくりに向けた行政資産等の活用】

計画	めざす状態<概ね3~5年を念頭に設定>		戦略<中期的な取組の方向性>	
	・まちづくりに活用できる資源や資産について、区民の意見も踏まえ、そのストックやまちづくりの方向性に見合った有効な活用計画が策定されている。 アウトカム<めざす状態を数値化した指標> ○各々の資源・資産の具体的な活用策について「区民の意見が反映されている」と答えた区民の割合 26年度:25.5% → 31年度:70%以上		・これからのまちづくりの方向性を踏まえ、や市岡商業高校跡地、JR臨港(貨物)線跡地、など、区内の遊休地や資産の活用について、関係局と連携して活性化策の検討を進める。	
自己評価	戦略のアウトカムに対する有効性	ア	課題 ※有効性が「イ」の場合は必須	
	アウトカムの達成状況		前年度	個別 全体
	各々の資源・資産の具体的な活用策について「区民の意見が反映されている」と答えた区民の割合:10.1%		9.5%	B B
	戦略の進捗状況	b	A: 順調 B: 順調でない	
			市岡商業高校跡地では、区内部での検討や関係局との協議などを行ってきたが、活用策について区民との意見交換等の場を持つに至っていない。 JR臨港線跡地は、民間用地であるほか、用地の形態や利用状況などから早期に有効活用を図りたい。 今後の対応方向 ※有効性が「イ」の場合は必須 市岡商業高校跡地では、地域の声や平成26年度の売却公募などの経過も踏まえながら、検討や関係局等との協議等を進め、有効な活用方策を見出していく。他の遊休地は、開発を巡る動向、用地の特性や社会経済情勢等を見据えて、必要な対応を検討する。	

具体的取組5-4-1 【弁天町駅前土地区画整理記念事業に係る検討】

		27決算額	6,742千円	28予算額	-円	29予算額	-円
計画	取組内容	業績目標(中間アウトカム)					
	現在の区民センターや老人福祉センター、子ども・子育てプラザを廃止して、子育て世代から高齢者まで幅広い世代が活動・交流できる「(仮称)区画整理記念・交流会館」として再構築し、まちづくりの資産として活用する。本施設の整備により、コミュニティをさらに活性化し、将来にわたって活力とするおおいのあるまちづくりや、共同事業者である大阪みなと中央病院と連携して地域医療・災害時医療の拠点機能の形成をめざす。 また、この事業に対する区民の認知度を高めるため、事業に関する広報を継続して行う。  事業の内容に関する区民への広報:通年実施	(仮称)区画整理記念・交流会館がめざす機能や実施する施策、運営についての考え方などについて、区民意見を踏まえて策定した「基本構想」の内容を基本設計に反映させるとともに、事業の具体的な再構築および運営方法等についての検討を行う。 【撤退基準】 反映できなかった場合は再構築する。  前年度までの実績 26年度:「弁天町駅前土地区画整理記念事業計画」を決定 27年度:「弁天町駅前土地区画整理記念事業検討ワーキング」を開催(仮称)区画整理記念・交流会館の基本構想を策定 28年度:「土地区画整理記念・交流会館事業プロジェクト」会議を開催基本構想を広く周知する為、概略を広報紙に掲載(8月号、10月号、12月号、2月号)					
中間振り返り	業績目標の達成状況	①(i)					
	戦略に対する取組の有効性	○:有効 ×:有効でないため取組を見直す -:中間アウトカム未設定(未測定)					
自己評価	取組実績	課題 ※左記に「②、③」、「×」がある場合は必須					
	・民間等付帯施設((仮称)交流会館3階)の運営事業者を決定(H29.9予約契約締結) ・基本設計に着手(H30.1) ・事業内容の広報 広報紙掲載(6月 民間等付帯施設運営事業者募集) 区政会議(H29.6.28民間等付帯施設運営事業者募集、H30.3.23基本設計着手) 区民情報コーナーのパネル設置(通年)	改善策 ※左記に「②、③」、「×」がある場合は必須  ①(i)					
		・基本設計業務の発注にあたり「基本構想」の考えを反映させるとともに、設計業務を進めるにあたって適宜関係者による打ち合わせを行い、情報共有を図っている。 ・交流会館の運営体制や法的な位置づけなど、関係者により検討を進めている。					
		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:撤退基準未達成					
		○:有効 ×:有効でないため見直す -:中間アウトカム未設定(未測定)					

具体的取組5-4-2 【八幡屋公園の利活用】

27決算額 - 円 28予算額 - 円 29予算額 - 円

計画	取組内容	業績目標（中間アウトカム）	
	国際レベルの施設である中央体育館や大阪プールを擁し、市民のスポーツや健康づくりに貢献する八幡屋公園について、広くPRすることによって利用を促進するとともに、まちづくりの資産として活用する。 八幡屋公園（体育館・プールを含む）で開催するイベント等の回数：3回以上	八幡屋公園で開催されるイベント・行事等の発信：3回以上 八幡屋公園でのイベント等の参加者：300人以上/回 【撤退基準】 参加者数が200人を下回った場合は事業を再構築する。 前年度までの実績 28年度：区民まつり、みなとピクニック、サイエンスカフェ、水遊びしチャオ等を開催	
中間振り返り	業績目標の達成状況	①(i)	課題と改善策 ※左記に「②、③」、「×」がある場合は必須
	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：撤退基準未達成		
	戦略に対する取組の有効性	○ ○：有効 × ×：有効でないため取組を見直す — 中間アウトカム未設定(未測定)	
自己評価	取組実績	課題 ※左記に「②、③」、「×」がある場合は必須	
	7/12 水遊びしチャオ(参加者：約170人) 10/8 みなとピクニック(参加者：約300人) 10/15 区民まつり(参加者：約13,000人)		
	業績目標の達成状況 八幡屋公園で開催されるイベント・行事等の発信：3回 八幡屋公園でのイベント等の参加者：約13,470人(約4,490人/回)	①(i)	改善策 ※左記に「②、③」、「×」がある場合は必須
	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：撤退基準未達成		
	戦略に対する取組の有効性	○ ○：有効 × ×：有効でないため見直す — 中間アウトカム未設定(未測定)	

具体的取組5-4-3 【市岡商業高校跡地などの有効活用】

27決算額 - 円 28予算額 - 円 29予算額 - 円

計画	取組内容	業績目標（中間アウトカム）	
	市岡商業高校跡地などのまちの資源、資産について、地域の声を踏まえながら、今後のまちづくりの観点から有効な活用策を検討する。	関係局との調整を図りながら、まちづくりの観点から有効な活用策について、地域の声を踏まえて方向性を決定する。 【撤退基準】 方向性を決定できない場合は再検討する。 前年度までの実績 26年度：市岡商業高校跡地について、大学の設置等を条件にした売却を決定したが、申込がなかった。	
中間振り返り	業績目標の達成状況	①(i)	課題と改善策 ※左記に「②、③」、「×」がある場合は必須
	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：撤退基準未達成		
	戦略に対する取組の有効性	○ ○：有効 × ×：有効でないため取組を見直す — 中間アウトカム未設定(未測定)	
自己評価	取組実績	課題 ※左記に「②、③」、「×」がある場合は必須	
	市岡商業高校跡地について区内部での検討や関係局との協議を実施し、平成26年度の売却公募の経過等も踏まえながら改めて地域の声を踏まえた有効な活用方策を見出していく方向で方針を決定した。	市岡商業高校跡地では、内部検討や関係局との協議などを行ってきたが、活用策について区民との意見交換等の場を持つに至っていない。	
	業績目標の達成状況 取り組み実績のとおり	②(ii)	改善策 ※左記に「②、③」、「×」がある場合は必須
	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：撤退基準未達成		市岡商業高校跡地について、平成26年度の売却公募の経過等も踏まえながら、区内部での検討や関係局との協議を進め、改めて地域の声を踏まえた有効な活用方策を見出していく。
	戦略に対する取組の有効性	○ ○：有効 × ×：有効でないため見直す — 中間アウトカム未設定(未測定)	