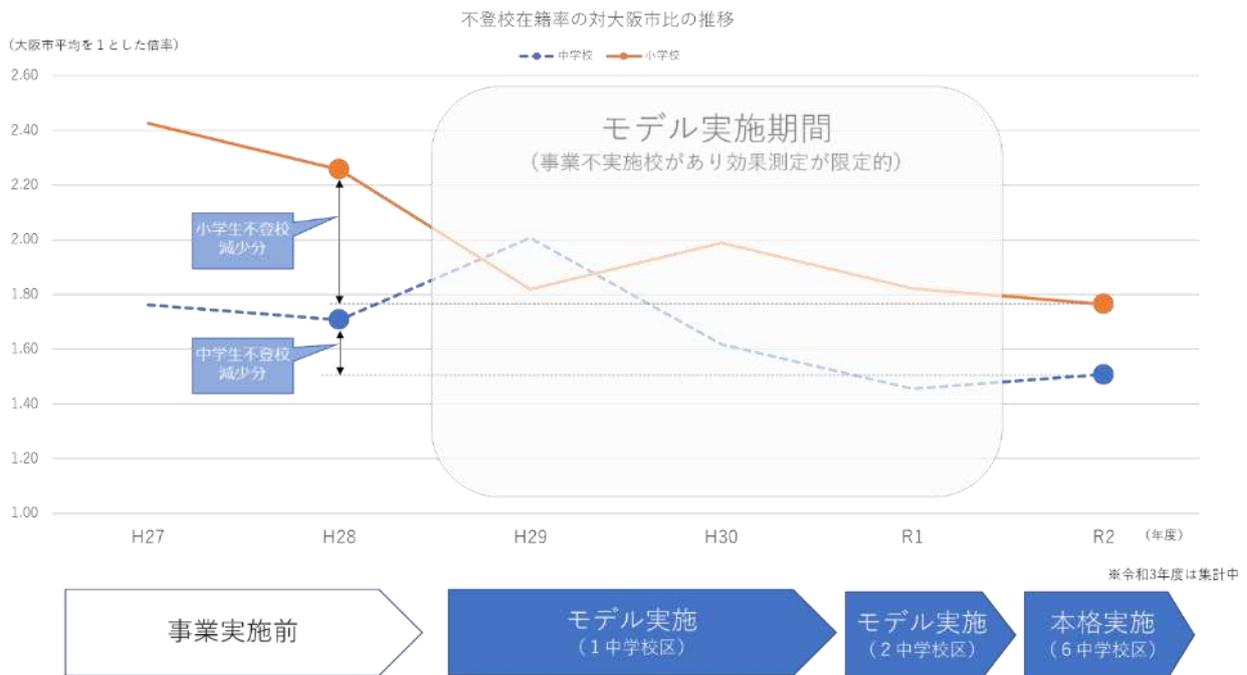


評価：平成 29 年度から令和 2 年度の間、モデル校で実施した際は遅刻者数、不登校者数ともに減少しており、令和元年度から区内の全校で事業を展開した。
 全校展開以降、新型コロナウイルス感染症拡大の影響もあったが、対大阪市平均との比は徐々に小さくなっている。

■ 不登校在籍率の対大阪市平均比は徐々に小さくなっている。



- これまでの取組は、西成区の深刻な現状を少しでも改善することを意識したものであり、それぞれの事業目標は達成している。
- 不登校対策については、登校支援により成果が上がってきたが、未然防止策や、登校しても教室に入ることのできない児童生徒への対応など、状況の変化により新たに生じた課題の解決に向けた取組が必要である。

6. 教育

- ・ 西成区基礎学力アップ事業（西成まなび塾）
- ・ 西成ジャガピースクール

加ステパ

全国学力・学習状況調査で見ると、大阪市の小中学生の平均点は、調査が実施された全教科で全国平均を下回っており、西成区の平均点は大阪市平均をさらに下回っている。

このような状況から、これまでは学力に課題を抱える層に対して手厚く事業を展開し、成績の底上げを主眼に取組を行ってきた。現状の取組は、それぞれ成果を上げており、小中学校ともにいずれの教科も全国平均と西成区平均、大阪市平均と西成区平均の差は、縮まりつつあるが、現状は調査実施の全科目で大阪市平均を下回っている状況である。

西成区基礎学力アップ事業（西成まなび塾）

西成区内の学習環境を充実させるため、中学校校舎等の公共施設を活用し、民間事業者による課外授業（補習）を実施し、区内の中学生の基礎学力アップおよび居場所づくりをめざす。また、塾利用者に対しては選択肢の増加・塾代の低額化のメリットが期待できることから塾代助成事業の利用率を向上させ、さらなる学力向上につなげる。

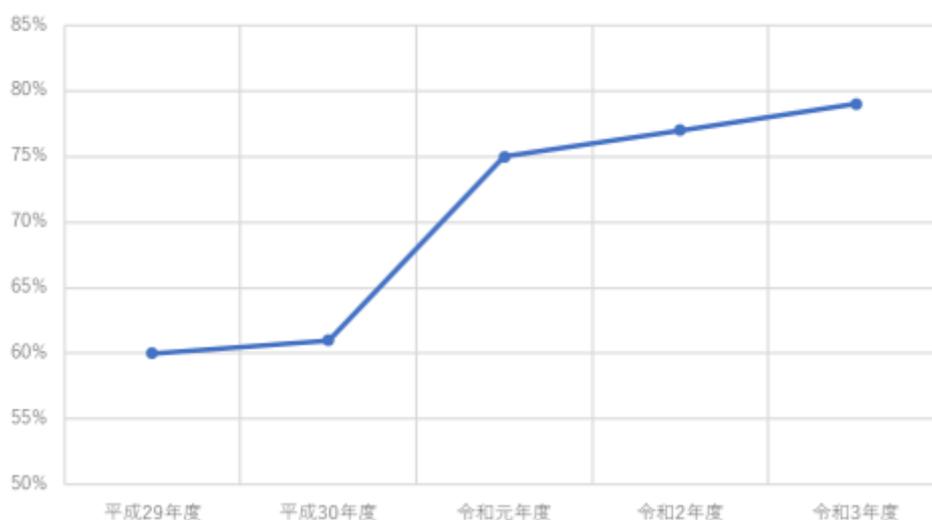
目標：塾代助成事業の利用先が少ない西成区で塾事業を充実させ、受講による学力向上をめざす。受講者対象のアンケート調査を行い、基礎学力の向上及び学習習慣の定着を測る項目で、肯定的な意見が70%以上をめざす。

評価：参加者数については、大きな増減はない（参加者は毎年60名程度）。塾代助成事業の利用率は80%と高く、事業の受け皿としての役割は達していると考えられる。

- 受講者対象のアンケートでは、受講後「勉強時間が増えた」と回答する生徒の割合が年々増加しており学習習慣の定着に効果がみられる。

■【中学校】基礎学力アップ事業（西成まなび塾）

受講後に勉強時間が増えたと答えた生徒の比率



西成ジャガピースクール

区内の小学校3年生から6年生を対象に、夏休みや平日の放課後及び土曜日を利用し、学力の基礎となる国語・算数を中心に学習支援を行い、学ぶことの大切さや楽しさを実感することで学習意欲を高め、基礎学力の向上と学習習慣の定着をめざす。

目標：参加者の学習意欲が高まるとともに、授業の初回と最終回にテストを行い、点数が上昇する児童が70%以上。

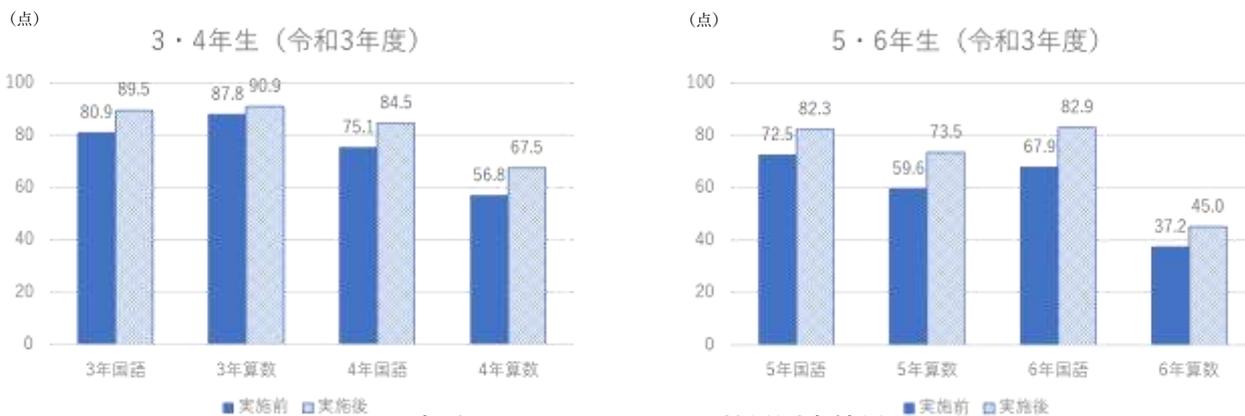
評価：令和3年度は授業開始時点で、区計約900人の3・4年生のうち258名の申込みがあり、区計約1,000人の5・6年生のうち149名の申込があった。

成績については、学習支援を実施した3年生から6年生の算数、国語において、実施後で実施前を上回る結果となっている。

- 西成ジャガピースクールの実施前後では、参加した3年生から6年生までの国語と算数で成績が向上した。
- 全国学力・学習状況調査の結果についても概ね上昇しているが、全国平均、大阪市平均とは依然として開きがある

■ 【小学校】基礎学力向上支援事業（ジャガピースクール）

※ 事業者作成の実力テストによる点数比較



西成ジャガピースクールの効果測定結果

- ・ 「5. 子育て」と同様、この分野も西成区のマイナスの現状を今よりも底上げする取組を中心に実施しており、学力の向上などで一定の成果は得られている。
- ・ 一方で、大阪市平均を下回る状況からの脱却には至っていないことから、市平均へ到達し、それ以上となるよう、新たな取組についても実施していく必要がある。

7. 観光 にぎわい

- ・ 新今宮エリアブランド向上事業
- ・ あいりん総合センター跡地等の利活用



西成区の北の玄関口である新今宮駅周辺は、5つの鉄道路線が交差する交通の結節点であることに加えて、大阪の観光拠点の一つである「なんば・天王寺・あべのエリア」とも隣接しており、新型コロナウイルス感染症拡大以前はバックパッカー等の外国人観光客や日本人観光客の訪れるスポットとなっていた。

新型コロナウイルスの影響もあり、現在は観光客の姿は見られない状況であるが、周辺ではこの先を見据えた新たなにぎわいづくりの動きもみられるところである。

耐震性の問題から解体が決定している旧あいりん総合センターと周辺の市営住宅を含めたあいりん総合センター跡地等については、旧あいりん総合センターの担っていた労働などに関する機能の移転・仮移転が完了し、新たなにぎわいの拠点となる施設の設置に向け、ボトムアップで検討が進められている。

新今宮エリアブランド向上事業

新今宮エリアが大阪ミナミの新たな玄関口となるよう、新今宮エリアのイメージアップを図るため、エリアブランド確立に向けた民間主体のプラットフォーム構築、民間事業者と本市（西成区・浪速区・経済戦略局）の連携による効果的な魅力発信、スタディツアーコンテンツの作成、地元ガイド育成・受入体制の構築を行う。

目標：新今宮エリアのブランドイメージが確立され、訪れたいまちとして多くの人に認知され、多くの来街者でまちのにぎわいがあふれていることを目標とする。

評価：新世界や通天閣等の観光ブランドは浸透しているものの、駅南側（西成側）の認知度については依然低い状況であり、浪速区・西成区との一体的な魅力発信が必要である。

コロナ後の来街者増に向け、現地を訪れることが重要な要素となるスタディツアーを柱に事業を構築し、多くの人に参加いただくことで、まちを再び訪れる動機づけを行うとともに、教育旅行需要を積極的に開拓し、新今宮エリアの魅力を確実に伝えていく必要がある。

- 今まで固定化されたイメージのなかった新今宮エリアのイメージ形成に向け、各種コンテンツ作成やイベントを実施した。
- 新型コロナウイルスの影響もあり、来街者が途絶えてしまったが、コロナ後を見据え、コンテンツの充実を図っている。



リーフレット（左） ※右側はポスターと同内容

