区政運営基本方針の成果目標の達成に向けた取組状況について(東住吉区)

豊かな地域社会の形成に向けた区政運営基本方針		平成28年度																	
		めざす成果および戦略																	
		計画			自己評価														
項目	成果指標と目標値	めざす状態	アウトカム	戦略	戦略のアウトカムに対する有効性	アウトカムの達成状況	前年度	個別	全体	戦略の進捗状況	課題	今後の対応方向・改善策							
					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			A:順調 B:順調でない		ア:順調 b:順調でない									
1 「大きな公共を担う活力ある地域社会づくり」に向けて																			
(1) 豊かなコミュニティの実現																			
⑦	人と人とのつながりづくりの促進	身近な地域の中で「声かけ」、「見守り」、「助け合い」、「支え合い」を実感している区民の割合	H29年度までに50%以上	[4-1] 校区等地域を越えたまちづくりに関する活動が、地域活動協議会をはじめ地域団体や区民など様々な活動主体がつながることで活発に行われるとともに、地域活動をより多くの区民が知り、参加することで、活動を担う区民相互の交流やモチベーションの向上につながり、地域コミュニティが活性化される。	・校区等地域を越えたまちづくりに関する活動が、地域活動協議会をはじめ地域団体や市民、NPO、企業など様々な活動主体の連携・協働により進められていると感じている区民の割合:平成29年度に50%以上	・校区等地域を越えたまちづくりに関する活動をサポートし、情報発信を強化することで、区民のまちづくり活動への関心を高め、参加を促す。	イ	校区等地域を越えた範囲で地域団体や市民、NPO、企業などいるんな方々が連携し、協働することによってまちづくりに関する活動が進められていると感じている区民の割合:17.7%	-	B	B	a	アウトカムに対して「どちらかといえば感じない」、「感じない」とした回答が48.5%、「知らない」とした回答が28.2%となっており、取り組みに対して実感や関心がない区民が多いことから、取り組み内容そのものが区民に伝わっていないことが推察される。	事業の満足度や評価は高いことから、事業への参加を契機として広報・PR等を充実することで、より多くの参加を促し、取り組みに接する機会を増やす。					
(2) 多様な主体の協働(マルチパートナーシップ)の実現																			
⑦	地域活動協議会を核とした自律した地域運営の支援	校区等地域において、様々な活動主体が協働し、その話し合いのもと合意を形成し自ら地域課題の解決に取り組むなど、地域が自律的に運営されていると感じている区民の割合	H29年度までに50%以上	[4-2] 小学校区を単位とした14地域において、主体的に開かれた組織運営と会計の透明性を確保しながら、様々な活動主体が参加して地域のまちづくり活動を行う地域活動協議会が、自律的・継続的に地域運営を進めている。	・校区等地域において、様々な活動主体が協働し、その話し合いのもと合意を形成し自ら地域課題の解決に取り組むなど、地域が自律的に運営されていると感じている区民の割合:平成29年度に50%以上	・地域活動の核となる地域活動協議会について、地域ごとに特性のあるまちづくり活動を自主的に運営することができるよう、地域の実情やニーズにあった支援を行う。具体的には、活動への参加を拡大するための情報発信や交流の場の提供、信頼性の向上に向けて会計の透明性の確保、各団体が求める企画力や情報発信力、会計等情報処理能力の強化を支援する。 ・区民の関心を高めるため、地域活動協議会等により行われている地域の自主的なまちづくり活動に関する情報発信を強化するとともに、まちづくり活動に参加しやすい環境を整える。	ア	「地域活動の解決やまちづくりに自律的に取り組んでいる」と感じるまたはどちらかといえば感じる割合 76.3%	-	A	A	b	-	-					
⑧	校区等地域を越えた多様な主体のネットワーク拡充の支援	校区等地域を越えたまちづくりに関する活動が、地域活動協議会をはじめ地域団体や市民、NPO、企業など様々な活動主体の連携・協働により進められていると感じている区民の割合	H29年度までに50%以上	[2-1] ・東住吉区に住み続けたい、住みたい、と思う子育て層(25歳～44歳)の区民の割合:平成30年度に85%以上 ・子育てや育児に不安や育てにくさを感じている子育て層の割合:平成30年度に20%以下(平成26年度25.7%) ・区の特性や地域実情に応じた施策・事業・イベント等があると感じる区民の割合:平成29年度に60%以上 ・3歳～7歳未満(就学前)までの養育者の育児不安 18.7%(H23年度) 14.0%(H29年度) ・虐待・その疑い 20.3%(H23年度) 16.0%(H29年度) *1歳6カ月児健診で早期発見をし、その後アプローチを行うため(大阪市保健衛生システムより)	・区内の子育て支援関係機関等と協働して、同世代や異世代間の交流を支援し子育てを応援するとともに、子育てにかかる情報提供が子育て層に行き届くようにする。 ・区内の地域資源を活かし、子育て層にとって魅力ある施策を展開する。 ・子育てのしづらさや発達障がい(疑い)がある親子を早期発見し、早期に療育が受け入れられる仕組み、子育てや親育ちが支援できるような「場」を構築すると共に、子育て相談にも対応し、育児支援を強化する。	・「東住吉区に住み続けたい、住みたい」と思う子育て層(25歳～44歳)の区民の割合86.2%(H28) ・区の特性や地域実情に応じた施策・事業・イベント等があると感じる区民の割合29.4% ・子育てや育児に不安や育てにくさを感じている子育て層の割合 32.5% ・3歳～7歳未満(就学前)までの養育者の育児不安 12.1%(H27) 10.7%(H27) 虐待・その疑い	83%	A	26%	B	25.7%	B	13.2%	A	11.7%	A	b	・区の特性を活かした事業の取組を実施により取組の対象となっている区民への満足度には繋がっているが、区民全体としての認知度へと繋がっていない。 ・子育てについての不安や悩みをかかえている子育て層に対して支援できる「場」の構築を進めているが、乳児期の親子に対する情報が十分に行き届いていない。	・取組の実績や効果が、区民全体へのフィードバックとして還元されていないため、様々な広報媒体で実施経過の広報も行うなど周知方法も含め検討していく。 ・子育てについての不安や悩みをかかえている子育て層、特に乳児期の親子に対して身近に相談や参加ができる子育て資源があることを周知し提供していく。
				[4-3] 住民と区内の企業・事業所・商店街・大学等が連携して区内にある地域資源を活かした取り組みを進めることで、まちの活力・魅力が高まり、区民のシビックプライドが向上している。	住んでいる地域に親しみ(愛着)を感じる区民の割合:平成29年度に80%以上	・区内の企業・事業者・商店街・大学等の多くは住宅地の中にあり、周辺住民にとっては身近な存在であることから、住民と区内の企業・事業所・商店街・大学等のより一層の相互理解を深め、まちへの愛着を高める取組を支援する。 ・区南部市有未利用地の有効活用をはじめ、区内にあるスポーツ関連施設や地域団体等と連携する取り組みを進める。	ア	住んでいる地域に親しみ(愛着)を感じる区民の割合 84.6%	84.0%	A	A	a	-	-					

区政運営基本方針の成果目標の達成に向けた取組状況について(東住吉区)

豊かな地域社会の形成に向けた区政運営基本方針		平成28年度										
		具体的取組										
		計画				自己評価						
項目	成果指標と目標値	取組内容	業績目標	撤退基準	前年度までの実績	取組実績	業績目標の達成状況		戦略に対する取組の有効性	課題	改善策	
							: 目標達成 () 取組は予定どおり実施 () 取組を予定どおり実施しなかった	: 目標未達成 () 取組は予定どおり実施 () 取組を予定どおり実施しなかった				
1 「大きな公共を担う活力ある地域社会づくり」に向けて												
(1) 豊かなコミュニティの実現												
⑦	人と人とのつながりづくりの促進	身近な地域の中で「声かけ」、「見守り」、「助け合い」、「支え合い」を実感している区民の割合	H29年度までに50%以上	[4-1-1] 様々な地域団体や企業等の参画のもと地域ニーズに対応した手法で事業を実施し、区民相互の交流活動をサポートする。 ・区民フェスティバルの実施(10月) ・区民スポーツイベント等の開催(4~3月) ・区文化祭の開催(12月)	参加者アンケートで「参加して地域のつながりが感じられた」と答えた割合60%以上	目標の割合が40%未満の場合は、事業を再構築	・区民フェスティバルの実施(10月) 参画団体数 36団体(H24)、52団体(H25)、53団体(H26)、62団体(H27) 区主導で実行委員会を立ち上げ、請事も公表、また、ブースとステージ参加者を公募し、いずれも枠を超えた応募があった。 ・区文化祭の開催(12月)	・区民フェスティバル(10月) 区民体育フェスティバル(12月) ・同実行委員会1回、同幹事会4回、同準備会2回 ・スポーツイベント10回実施 ・区文化祭(2月)	参加者アンケートで「地域のつながりが感じられた」と答えた割合 94%	()		
(2) 多様な主体の協働(マルチパートナーシップ)の実現												
⑦	地域活動協議会を核とした自律した地域運営の支援	校区等地域において、様々な活動主体が協働し、その話し合いのもと合意を形成し自ら地域課題の解決に取り組むなど、地域が自律的に運営されていると感じている区民の割合	H29年度までに50%以上	[4-2-1] 地域活動協議会への補助金にかかる活動内容、申請額・交付額・精算額の、区ホームページでの公表、地域のまちづくりについて専門的知識のある事業者(中間支援組織)による地域活動協議会への支援(14地域) 地域の実情やニーズに合わせた研修の実施 地域の担い手の知識・技術の習得・向上の促進策の実施 他地域との情報交換の場の設定等 地域活動協議会への連絡会議の開催(11回)。	「地域活動協議会」を知っている区民の割合 50%以上 ・中間支援組織により課題やニーズに合わせた支援を受けていると感じる地域の割合 50%以上	目標がともに40%未満であれば、事業を再構築する。	・地域活動協議会の活動内容や補助金等を区ホームページで公表。 ・中間支援組織による統一研修(7・10月)、意見交換会(4回)を開催、各地域への相談支援の実施。 ・地域活動協議会への連絡会議の開催(11回)	・補助金にかかる活動内容、申請額・交付額・精算額の区HPへの公表 ・中間支援事業者によるセミナー開催、全地域活動協議会を訪問し、課題の洗い出しや解決に向けた個別の支援 ・区内外の地域活動協議会間の交流調整	地域活動協議会を知っている区民の割合 25.8% ・中間支援組織により課題やニーズに合わせた支援を受けていると感じる地域の割合 62.2%以上	()	各地域活動協議会の自律性を高めるため、地活協のみならず各構成団体での、人材確保や世代交代、自主財源確保が課題である。	次年度の中間支援の業務委託内容を変更し、各地域活動協議会及び各構成団体への個別支援、また地域の実情に応じた情報発信や広報支援を行うよう進めていく。
⑧	校区等地域を越えた多様な主体のネットワーク拡充の支援	校区等地域を越えたまちづくりに関する活動が、地域活動協議会をはじめ地域団体や市民、NPO、企業など様々な活動主体の連携・協働により進められていると感じている区民の割合	H29年度までに50%以上	[2-1-5] 東住吉区子育て支援連絡会との協働による子育て関係施策の展開及び情報提供 ・東住吉区子育てOHえんフェスタ開催(年1回) ・OHえん情報誌の作成、配布(毎月) 区内幼稚園・保育園・保育所・認定こども園の職員との学習会(年1回) ・乳幼児健診時に、子育てOHえん情報保存版の配布や区社協配信のOHえんメールの周知など、タイムリーな情報提供を行い、サービスの利用を促進。 子育て相談・訪問によるサービス 3ヶ月健診、1歳6ヶ月児及び3歳児健診受診者のうち、助言・指導が必要と判断されるケースに対し、相談・情報提供し、必要に応じて家庭訪問なども実施。 利用者支援専門員等による保育所等、保育資源やサービスの利用に関する相談・情報提供を拡充。 家庭児童相談員を増員し養育者への相談体制の充実と、児童虐待の予防及び早期発見のための取組を強化(2名 3名)	東住吉区子育てOHえんフェスタ開催時に実施するアンケート調査による満足度:87%以上	目標が50%を下回る場合は、事業を再構築する。	・東住吉区子育てOHえんフェスタの参加者 H22 274人、H23 台風で中止、H24 384人、H25 407人、H26 431人、H27 552人 ・子育てOHえん情報誌 64か所(主要4駅)に配架、毎月約2,000部 ・区広報誌の増ページで、年1回「子育てマップ」を発行(H27年8月) ・東住吉区利用者支援専門員1名配置	・東住吉区子育てOHえんフェスタ参加人数862名(昨年より310名増加) 参加関係機関などの拡大・ミニステージ充実・0歳児赤ちゃんを対象としたコーナーの充実 ・OHえん情報誌の需要があり増刷し、配架・設置か所を拡充(97か所・2520部) 区広報誌で「子育てマップ」発行(H28年8月) 利用者支援専門員の出張相談 3回実施。	東住吉区子育てOHえんフェスタ開催時に実施する、アンケート調査による満足度92%(昨年より5%アップ)	()		
				[4-3-1] 区内の企業・事業所・商店街・大学等と連携して各種事業や取り組みを実施することで、まちの活力・魅力を図る。 ・第12回産業交流フェア(10月) ・セレッソ大阪東住吉区民デー(11月) ・区民フェスティバルへの区内企業・事業所の参加呼びかけ(10月) ・様々な機会を活用した地域ブランドのPR(9月) ・東住吉矢田総合スポーツグラウンドにおけるスポーツイベントの開催 ・区内スポーツ関連施設や地域団体等との連携による広報支援。	・産業交流フェアに出店した企業等にとって成果があった割合 50%以上 ・産業交流フェアに来場した人が「地元産業の活性化につながる」イベントであると感じた割合 40%以上	目標がともに30%未満の場合、事業を再構築する。	・第11回産業交流フェアの開催(10月) ・区民フェスティバルにおける地元企業の模擬店参加(19店程度) ・区民フェスティバルや区民ギャラリーでの地域ブランドのPR(9月) ・セレッソ大阪との連携(H27:区民デー1回、区民フェスティバル) ・東住吉矢田総合スポーツグラウンドにおけるスポーツイベントの開催 ・区広報誌におけるスポーツ情報の掲載(東住吉矢田総合スポーツグラウンドの愛称募集、スポーツ施設の紹介等)	・産業交流フェアの開催(10月) ・プロスポーツチームとの連携(セレッソ大阪2016シーズン・区民優待7回、区民デー1回、区民フェスティバル1回 大阪エヴェッサ・区民優待2回) ・区民フェスティバルにおける地元企業の模擬店参加(10店程度) ・地域ブランドの展示販売(区民フェスティバルほか7回)	・産業交流フェア:出店した企業等「成果があった」82% 来場者「地元産業の活性化につながる」と感じた66%	()		

区政運営基本方針の成果目標の達成に向けた取組状況について(東住吉区)

豊かな地域社会の形成に向けた区政運営基本方針		平成28年度 めざす成果および戦略											
		計画			自己評価								
		めざす状態	アウトカム	戦略	戦略のアウトカムに対する有効性 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	アウトカムの達成状況	前年度	個別	全体	戦略の進捗状況 a:順調 b:順調でない	課題	今後の対応方向 改善策	
A:順調 B:順調でない													
(3) 地域資源の循環													
⑦	地域資源が活用されやすい仕組みづくり	平成27年度中に地域資源に関する情報が得られる仕組みを立ち上げる。	[5-1] ・地域に密着した情報を収集・発信し、区の広報媒体(広報紙やホームページ等)が、区民から愛着を持たれている。 ・区職員一人ひとりがまちのセールスマンとして、東住吉の魅力発信を行うために必要な広報スキルや意識が身に染み付いている。 ・サイレント・マジョリティなど表面化しにくいものも含めた多様な区民の意見やニーズを的確に把握し、区政運営に反映させる。	・必要とする区の情報を知ることができる 感じる区民の割合:平成29年度に60%以上 ・区民の意見やニーズが区役所に届き、区政運営に反映されていると感じる区民の割合:平成29年度に60%以上	・広報紙をより魅力的なものにする。 ・SNSによるコミュニケーションからニーズをつかみ、それにあった情報提供を行う。 ・区内に居住する区民だけではなく、区内在勤等の区民に対しても広報紙の認知度を上げる。 ・機能的かつ効果的な広聴広報活動に関する区職員の意識を向上させ、各課の情報発信力を強化する。 ・インターネット回答など、区民からさまざまな意見や要望を十分に伺う機会を充実させる。	イ	取組に関する情報伝達 29.4% 区政運営についての意見聴取 29.0%	28.9% 26.7%	B B	B	b	現状の数値とアウトカムに大きな乖離があり、数値は上がっているが、平成29年度の達成は困難である。広報紙だけでなく、他の手段を活用しての、若年層への情報伝達なしには、数値が達成できない。	SNSを多様に活用して、区民が必要とする情報(特に若者が必要とする内容)を発信していく。
④	地域資源の循環による継続的な地域活動の促進	地域社会における課題の解決やニーズへの対応に向け住民が新たに取り組む継続的な活動(コミュニティ・ビジネス、ソーシャル・ビジネス)が創出された件数	H29年度までに1件以上	[5-2] 区民の区政への関心を高め、区民の意見を反映した区政運営を行う。	事業の計画段階から区民との対話や協働により進められ、区民からの評価を受け、改善につなげていると感じる区民:平成29年度に60%以上	区民との協働による区政運営を実現する。	事業の計画段階から区民との対話や協働により進められ、改善につなげていると感じる区民 26.4%	25.3%	B	B	a	-	改善につながっていると感じている区民の割合は増えているものの、平成29年度の目標値の達成が期待できる進捗とはなっていない。区民からの意見がどのように区政に反映されているか等の認知度の向上を図る必要がある。
⑨	本市事務事業の社会的ビジネス化の推進	社会的ビジネス効果が見込まれる事務事業件数	H29年度までに1件以上	[5-2] 区民の区政への関心を高め、区民の意見を反映した区政運営を行う。	事業の計画段階から区民との対話や協働により進められ、区民からの評価を受け、改善につなげていると感じる区民:平成29年度に60%以上	区民との協働による区政運営を実現する。	事業の計画段階から区民との対話や協働により進められ、改善につなげていると感じる区民 26.4%	25.3%	B	B	a	-	改善につながっていると感じている区民の割合は増えているものの、平成29年度の目標値の達成が期待できる進捗とはなっていない。区民からの意見がどのように区政に反映されているか等の認知度の向上を図る必要がある。
(4) 地域公共人材の充実と中間支援組織の活用													
⑦	地域公共人材の充実と活用の促進	地域の活動において、ファシリテーション能力やコーディネート力などをもった人材が活躍していると感じている区民の割合	H29年度までに50%以上	[5-2] 区民の区政への関心を高め、区民の意見を反映した区政運営を行う。	事業の計画段階から区民との対話や協働により進められ、区民からの評価を受け、改善につなげていると感じる区民:平成29年度に60%以上	区民との協働による区政運営を実現する。	事業の計画段階から区民との対話や協働により進められ、改善につなげていると感じる区民 26.4%	25.3%	B	B	a	-	改善につながっていると感じている区民の割合は増えているものの、平成29年度の目標値の達成が期待できる進捗とはなっていない。区民からの意見がどのように区政に反映されているか等の認知度の向上を図る必要がある。
④	中間支援組織の活用	多様な活動主体が課題やニーズに応じて中間支援組織から支援を受けていると感じている活動主体の割合	H29年度までに50%以上	[4-2] 小学校区を単位とした14地域において、民主的で開かれた組織運営と会計の透明性を確保しながら、様々な活動主体が参画して地域のまちづくり活動を行う地域活動協議会が、自律的・継続的に地域運営を進めている。	・校区等地域において、様々な活動主体が協働し、その話し合いのもと合意を形成し自ら地域課題の解決に取り組むなど、地域が自律的に運営されていると感じている区民の割合:平成29年度に50%以上	・地域活動の核となる地域活動協議会について、地域ごとに特性のあるまちづくり活動を自主的に運営することができるよう、地域の実情やニーズにあった支援を行う。具体的には、活動への参画を拡大するための情報発信や交流の場の提供、信頼性の向上に向けて会計の透明性の確保、各団体が求める企画力や情報発信力、会計等情報処理能力の強化を支援する。 ・区民の関心を高めるため、地域活動協議会等により行われている地域の自主的なまちづくり活動に関する情報発信を強化するとともに、まちづくり活動に参加しやすい環境を整える。	ア	「地域活動の解決やまちづくりに自律的に取り組んでいる」と感じるまたはどちらかといえば感じる割合 76.3%	-	A	A	b	-

区政運営基本方針の成果目標の達成に向けた取組状況について(東住吉区)

豊かな地域社会の形成に向けた区政運営基本方針		平成28年度 具体的取組									
		計画				自己評価					
項目	成果指標と目標値	取組内容	業績目標	撤退基準	前年度までの実績	取組実績	業績目標の達成状況		戦略に対する取組の有効性	課題	改善策
							○:目標達成 ()取組は予定どおり実施 ()取組を予定どおり実施しなかった ×:目標未達成 ()取組は予定どおり実施 ()取組を予定どおり実施しなかった 撤退基準未達成	○:有効 ×:有効でないため見直す			
<p>(3) 地域資源の循環</p>											
⑦	地域資源が活用されやすい仕組みづくり	平成27年度中に地域資源に関する情報が得られる仕組みを立ち上げる。	[5-1-1] ・子育て層向けSNSの立ち上げ及び活用 ・職員有志に対する広報研修(キャッチーな文章の作成や動画作成に関する知識の習得など)の開催(年1回以上)。 ・広報サポーター制度による、市関連施設以外の広報紙の配架場所の新規開拓(10箇所以上)。 ・区の広報媒体(区広報紙、区ホームページ、区ツイッター、子育て層SNS)の相互リンク。	・広報サポーター数 120 ・毎月の区ホームページへのアクセス数が、前年同月のアクセス数を上回る。	広報サポーター数が100以下 かつ、区ホームページへのアクセス数が全月下回った場合は、事業を再構築する。	・区民ボランティア記者制度創設(区民による取材記事特集、25年4月～)、区民ボランティア記者制度のこども版創設(小学生英語交流事業・中学生海外派遣事業に参加した小中学生のうち希望者を委嘱、26年9月～)。 ・ツイッターに区HPのURLを掲載し、区HPへ誘導。(24年4月～)。 ・区HPのスマートフォン版を配信(26年7月～)。	「東住吉区子育て応援ナビ」の運用開始 各担当リーダー係長、担当者へのヒアリングと新ホームページ運用説明 広報サポーター 新規21箇所 広報紙へHPのQRコード掲載、HPから のtwitter連携など各媒体の連携	広報サポーター数 121 毎月の区ホームページへのアクセス数 前年同月を上回った月 6月	()	広報サポーターは順調に増やすことができたが、ホームページのアクセス数は、思うように伸びなかった。トップページを指標としているが、実際には、検索エンジンから直接個別のページに行くことから、トップページそのものが見られない傾向にある。	SNS等のツールを活用し、若年層が必要とするホームページの情報をリンクする等、多面的に情報を発信していく。
④	地域資源の循環による継続的な地域活動の促進	地域社会における課題の解決やニーズへの対応に向け住民が新たに取り組む継続的な活動(コミュニティ・ビジネス、ソーシャル・ビジネス)が創出された件数	[5-2-1] ・区政会議の開催(本会議3回、2部会各3回) ・広報媒体を活用した区政会議の意義や議事内容の区民への周知 ・区政会議委員も交えた、区の中長期計画策定に向けた地域フォーラム(仮称)の開催(14地域)	参加者に対するアンケートで、区政を身近に感じることができた区民の割合:60%以上	目標が3割を下回った場合は、事業を再構築する。	区政会議 H25:本会議2回、3部会各3回開催 H26:本会議4回、2部会各3回開催 H27:本会議3回、2部会各2回開催	・区政会議 本会議4回(5月・9月・12月・3月) ・区広報紙4月号、区公式フェイスブック及びインスタグラムの立ち上げと発信 ・東住吉ゆめ・まちフォーラム(9/22)の開催 ・その他新将来ビジョン策定に向けての取組の推進(子育て層向けヒアリング、東住吉をあるこうキャンペーンの展開、e-sumiなどでの立ち上げ等)	参加者に対するアンケートで、区政を身近に感じることができた区民の割合 98.2%	()		
⑤	本市事務事業の社会的ビジネス化の推進	社会的ビジネス効果が見込まれる事務事業件数	[5-2-1] ・区政会議の開催(本会議3回、2部会各3回) ・広報媒体を活用した区政会議の意義や議事内容の区民への周知 ・区政会議委員も交えた、区の中長期計画策定に向けた地域フォーラム(仮称)の開催(14地域)	参加者に対するアンケートで、区政を身近に感じることができた区民の割合:60%以上	目標が3割を下回った場合は、事業を再構築する。	区政会議 H25:本会議2回、3部会各3回開催 H26:本会議4回、2部会各3回開催 H27:本会議3回、2部会各2回開催	・区政会議 本会議4回(5月・9月・12月・3月) ・区広報紙4月号、区公式フェイスブック及びインスタグラムの立ち上げと発信 ・東住吉ゆめ・まちフォーラム(9/22)の開催 ・その他新将来ビジョン策定に向けての取組の推進(子育て層向けヒアリング、東住吉をあるこうキャンペーンの展開、e-sumiなどでの立ち上げ等)	参加者に対するアンケートで、区政を身近に感じることができた区民の割合 98.2%	()		
<p>(4) 地域公共人材の充実と中間支援組織の活用</p>											
⑦	地域公共人材の充実と活用の促進	地域の活動において、ファシリテーション能力やコーディネート力などをもった人材が活躍していると感じている区民の割合	[5-2-1] ・区政会議の開催(本会議3回、2部会各3回) ・広報媒体を活用した区政会議の意義や議事内容の区民への周知 ・区政会議委員も交えた、区の中長期計画策定に向けた地域フォーラム(仮称)の開催(14地域)	参加者に対するアンケートで、区政を身近に感じることができた区民の割合:60%以上	目標が3割を下回った場合は、事業を再構築する。	区政会議 H25:本会議2回、3部会各3回開催 H26:本会議4回、2部会各3回開催 H27:本会議3回、2部会各2回開催	・区政会議 本会議4回(5月・9月・12月・3月) ・区広報紙4月号、区公式フェイスブック及びインスタグラムの立ち上げと発信 ・東住吉ゆめ・まちフォーラム(9/22)の開催 ・その他新将来ビジョン策定に向けての取組の推進(子育て層向けヒアリング、東住吉をあるこうキャンペーンの展開、e-sumiなどでの立ち上げ等)	参加者に対するアンケートで、区政を身近に感じることができた区民の割合 98.2%	()		
④	中間支援組織の活用	多様な活動主体が課題やニーズに応じて中間支援組織から支援を受けていると感じている活動主体の割合	[4-2-1] ・地域活動協議会への補助金にかかる活動内容、申請額・交付額・精算額の、区ホームページでの公表。 ・地域のまちづくりについて専門的知識のある事業者(中間支援組織)による地域活動協議会への支援(14地域) 地域の実情やニーズに合わせた研修の実施 地域の担い手の知識・技術の習得・向上の促進策の実施 他地域との情報交換の場の設定等 ・地域活動協議会への連絡会議の開催(11回)。	・地域活動協議会を知っている区民の割合 50%以上 ・中間支援組織により課題やニーズに合わせた支援を受けていると感じる地域の割合 50%以上	目標がともに40%未満であれば、事業を再構築する。	・地域活動協議会の活動内容や補助金等を区ホームページで公表。 ・中間支援組織による統一研修(7・10月)、意見交換会(4回)を開催、各地域への相談支援の実施。 ・地域活動協議会への連絡会議の開催(11回)	・補助金にかかる活動内容、申請額・交付額・精算額の区HPへの公表 ・中間支援事業者によるセミナー開催、全地域活動協議会を訪問し、課題の洗い出しや解決に向けた個別の支援 ・区内外の地域活動協議会間の交流調整	・地域活動協議会を知っている区民の割合 25.8% ・中間支援組織により課題やニーズに合わせた支援を受けていると感じる地域の割合 62.2%以上	(1)	各地域活動協議会の自律性を高めるため、地活協のみならず各構成団体・構成団体への個別支援、また地域の実情に応じた情報発信や広報支援を行うよう進めていく。	次年度の中間支援の業務委託内容を変更し、各地域活動協議会及び各構成団体への個別支援、また地域の実情に応じた情報発信や広報支援を行うよう進めていく。

区政運営基本方針の成果目標の達成に向けた取組状況について(東住吉区)

豊かな地域社会の形成に向けた区政運営基本方針		平成28年度											
		めざす成果および戦略											
		計画			自己評価								
項目	成果指標と目標値	めざす状態	アウトカム	戦略	戦略のアウトカムに対する有効性	アウトカムの達成状況	前年度	個別	全体	戦略の進捗状況	課題	今後の対応方向・改善策	
					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			A:順調 B:順調でない		a:順調 b:順調でない			
2	「自律した自治体型の区政運営」に向けて												
(1)	区における住民主体の自治の実現												
		区役所が、区政運営について区民の意見や要望を反映していると思う区民の割合	H29年度までに60%以上	<p>[5-1] ・地域に密着した情報を収集・発信し、区の広報媒体(広報紙やホームページ等)が、区民から愛着を持たれている。 ・区職員一人ひとりがまちのセールスマンとして、東住吉の魅力発信を行うために必要な広報スキルや意識が身に染み付いている。 ・サイレント・マジョリティなど表面化しにくいものも含めた多様な区民の意見やニーズを的確に把握し、区政運営に反映させる。</p> <p>[5-2] 区民の区政への関心を高め、区民の意見を反映した区政運営を行う。</p>	<p>・必要とする区の情報を知ることができると感じる区民の割合:平成29年度に60%以上 ・区民の意見やニーズが区役所に届き、区政運営に反映されていると感じる区民の割合:平成29年度に60%以上</p> <p>事業の計画段階から区民との対話や協働により進められ、区民からの評価を受け、改善につなげていると感じる区民:平成29年度に60%以上</p>	<p>・広報紙をより魅力的なものにする。 ・SNSによるコミュニケーションからニーズをつかみ、それにあつた情報提供を行う。 ・区内に居住する区民だけではなく、区内在勤等の区民に対しても広報紙の認知度を上げる。 ・機能的かつ効果的な広聴広報活動に関する区職員の意識を向上させ、各課の情報発信力を強化する。 ・インターネット回答など、区民からさまざまな意見や要望を十分に伺う機会を充実させる。</p> <p>区民との協働による区政運営を実現する。</p>	イ	取組に関する情報伝達 29.4% 区政運営についての意見聴取 29.0%	28.9% 26.7%	B B	B b	現状の数値とアウトカムに大きな乖離があり、数値は上がっているが、平成29年度の達成は困難である。広報紙だけでなく、他の手段を活用しての、若年層への情報伝達なしには、数値が達成できない。	SNSを多様に活用して、区民が必要とする情報(特に若者が必要とする内容)を発信していく。
		区役所が、区政運営について区民の意見や要望を反映していると思う区民の割合	H29年度までに60%以上	<p>[5-2] 区民の区政への関心を高め、区民の意見を反映した区政運営を行う。</p>	<p>事業の計画段階から区民との対話や協働により進められ、区民からの評価を受け、改善につなげていると感じる区民:平成29年度に60%以上</p>	<p>区民との協働による区政運営を実現する。</p>	ア	事業の計画段階から区民との対話や協働により進められ、改善につなげていると感じる区民 26.4%	25.3%	B B	a	改善につながっていると感じている区民の割合は増えているものの、平成29年度の目標値の達成が期待できる進捗とはなっていない。区民からの意見がどのように区政に反映されているか等の認知度の向上を図る必要がある。	
	⑦	多様な区民の意見やニーズの的確な把握と区政情報の発信	H29年度までに60%以上	<p>[2-1] ・東住吉区に住み続けたい、住みたい、と思う子育て層の区民が増える。 ・地域の関係機関や事業所と連携した取り組みを進め、子育てのしづらさを解消、前向きに子育てができる養護者を増やし、地域での子育てに孤立した親子と児童虐待に至る事例を減少させる。</p>	<p>・「東住吉区に住み続けたい、住みたい」と思う子育て層(25歳～44歳)の区民の割合:平成30年度に85%以上 ・子育てや育児に不安や育てにくさを感じている子育て層の割合:平成30年度に20%以下(平成26年度25.7%) ・区の特長や地域実情に応じた施策・事業・イベント等があると感じる区民の割合:平成29年度に60%以上 ・3歳～7歳未満(就学前)までの養護者の育児不安 18.7%(H23年度) 14.0%(H29年度) 虐待・その疑い 20.3%(H23年度) 16.0%(H29年度) *1歳6カ月児健診で早期発見をし、その後アプローチを行うため(大阪市保健衛生システムより)</p>	<p>・区内の子育て支援関係機関等と協働して、同世代や異世代間の交流を支援し子育てを応援するとともに、子育てにかかる情報提供が子育て層に行き届くようにする。 ・区内の地域資源を活かし、子育て層にとって魅力ある施策を展開する。 ・子育てのしづらさや発達障がい(疑い)がある親子を早期発見し、早期に療育が受け入れられる仕組み、子育てや親育ちが支援できるような「場」を構築すると共に、子育て相談にも対応し、育児支援を強化する。</p>	<p>・東住吉区に住み続けたい、住みたいと思う子育て層(25歳～44歳)の区民の割合 86.2%(H28) ・区の特長や地域実情に応じた施策・事業・イベント等があると感じる区民の割合 29.4% ・子育てや育児に不安や育てにくさを感じている子育て層の割合 32.5% ・3歳～7歳未満(就学前)までの養護者の育児不安 12.1%(H27) 11.7% 虐待・その疑い 10.7%(H27)</p>	83% 26% 25.7% 13.2% 11.7%	A B B A	A b	<p>・区の特長を活かした事業の取組を実施により取組の対象となっている区民への満足度には繋がっているが、区民全体としての認知度へと繋がっていない。 ・子育てについての不安や悩みをかかえている子育て層に対して支援できる「場」の構築を進めているが、乳児期の親子に対する情報が十分に行き届いていない。</p>	<p>・取組の実績や効果が、区民全体へのフィードバックとして還元されていないため、様々な広報媒体で実施経過の広報も行うなど周知方法も含め検討していく。 ・子育てについての不安や悩みをかかえている子育て層、特に乳児期の親子に対して身近に相談や参加ができる子育て資源があることを周知し提供していく。</p>	

区政運営基本方針の成果目標の達成に向けた取組状況について(東住吉区)

豊かな地域社会の形成に向けた区政運営基本方針		平成28年度										
		計画					具体的取組					
		項目	成果指標と目標値	取組内容	業績目標	撤退基準	前年度までの実績	取組実績	業績目標の達成状況		戦略に対する取組の有効性	課題
○:目標達成 ()取組は予定どおり実施 ()取組は予定どおり実施しなかった	×:目標未達成 ()取組は予定どおり実施しなかった								○:有効 ×:有効でないため見直す			
2	「自律した自治体型の区政運営」に向けて											
(1)	区における住民主体の自治の実現											
⑦	多様な区民の意見やニーズの的確な把握と区政情報の発信	区役所が、区政運営について区民の意見や要望を反映していると思う区民の割合	H29年度までに60%以上	[5-1-2] ・無作為抽出した区民1,500名に対するアンケート調査の実施(年4回)。 ・インターネットアンケートなど区民からの意見や要望を伺う。	区民アンケート調査の有効回収数 1回あたり 400名以上	有効回収数がすべての回で300名を下回る場合は、事業を再構築する。	区民アンケート(年4回:9月、10-11月、1-2月、各区に共通する区政運営に関する事項についてのアンケート調査(12月-1月:市民局実施)) うち、9月実施分は512名、11月実施分は550名、12月実施分は518名	区民アンケート調査の有効回収数 第1回 平成28年7月11日-8月3日 500名 第2回 平成28年10月20日-11月7日 542名 第3回 平成28年12月24日-平成29年1月13日 514名	区民アンケート調査の有効回収数 1回あたり 519名	()		
				[5-2-1] ・区政会議の開催(本会議3回、2部会各3回) ・広報媒体を活用した区政会議の意義や議事内容の区民への周知 ・区政会議委員も交えた、区の中長期計画策定に向けた地域フォーラム(仮称)の開催(14地域)	参加者に対するアンケートで、区政を身近に感じることができた区民の割合:60%以上	左記目標が3割を下回った場合は、事業を再構築する。	区政会議 H25:本会議2回、3部会各3回開催 H26:本会議4回、2部会各3回開催 H27:本会議3回、2部会各2回開催	・区政会議 本会議4回(5月・9月・12月・3月) ・区広報紙4月号、区公式フェイスブック及びInstagramの立ち上げと発信 ・東住吉ゆめ・まちフォーラム(9/22)の開催 ・その他新将来ビジョン策定に向けての取組の推進(子育て層向けアリアン、東住吉をあるこうキャンペーンの展開、e-sumiなどでこの立ち上げ等)	参加者に対するアンケートで、区政を身近に感じることができた区民の割合 98.2%	()		
				[2-1-1] 区内在住の高校生20名程度を対象に、夏休み等の期間を利用して、区内の魅力的な企業や事業所との交流体験等を通じて、将来を見据えた広い視野と多様な価値観を養うとともに、企業市民の地域力を向上する機会を提供(新たに小中高事業合同で「東住吉ゆめ応援プロジェクト報告会」を開催予定)。	将来の目標を決める一助となった参加者 7割以上 将来、まちや地域の役に立ちたいと思った参加者が参加前と後を比較して増となる 高校生を受け入れてよかったと思う企業・事業所 10割	の目標が5割未満、の目標が減った場合及び、の目標が50%以下の場合、事業を再構築する。	H27:高校生12名応募、受入企業11社	市内在住の高校生 22名(うち区内在住者16名) 受入企業 11社	将来の目標を決める一助となった参加者 88.2% 将来、まちや地域の役に立ちたいと思った参加者が参加前と後を比較して増(14人) 高校生を受け入れてよかったと思う企業・事業所 10割	()		
				[2-1-2] 区内在住の中学生7名を対象に、夏休み等の期間を利用して、ホームステイやボランティア活動などの海外留学体験(約3週間)を通じて、地域への愛着を高めるとともに、グローバル感覚を養う機会を提供(新たに小中高事業合同で「東住吉ゆめ応援プロジェクト報告会」を開催予定)。	派遣事業終了後もグローバル感覚を養い続けるため、新たな海外留学等により海外と関わり続けたいと思う派遣中学生全員 自分の住んでいるまちや地域に対する興味や関心が参加前より高まった派遣中学生全員 9月の発表会で「中学生の発表を聞いてよかった」と思う傍聴者の割合 80%以上	の目標が5割未満、の目標が50%以下の場合、事業を再構築する。	H25:42名応募、H26:53名応募、H27:40名応募	区内在住の中学生7名	派遣事業終了後もグローバル感覚を養い続けるため、新たな海外留学等により海外と関わり続けたいと思う派遣中学生全員 自分の住んでいるまちや地域に対する興味や関心が参加前より高まった派遣中学生全員 9月の発表会で「中学生の発表を聞いてよかった」と思う傍聴者の割合 90%	()		
				[2-1-3] 区内在住の小学校5,6年生45名程度を対象に、区内の地域資源(商店街・大学・セレッソ大阪など)と連携して実施する、サマー・イングリッシュ・キャンプやイングリッシュ・スタディ・ツアーなどを通じて、英語力及び地域力を高める機会を提供(新たに小中高事業合同で「東住吉ゆめ応援プロジェクト報告会」を開催予定)。	・外国語及び外国人に対する興味や関心が参加前より高まった参加小学生が8割以上 ・自分の住んでいるまちや地域に対する興味や関心が参加前より高まった参加小学生が8割以上	左記目標がいずれも5割を下回った場合は、事業を再構築する。	H26:52名応募、H27:45名応募	区内在住の小学5,6年生 49名	・外国語及び外国人に対する興味や関心が参加前より高まった参加小学生 87.5% ・自分の住んでいるまちや地域に対する興味や関心が参加前より高まった参加小学生 67.5%	()		随時、東住吉クイズの実施や駒川商店街の協力によるイベントを実施したが、小学生の興味や関心を高めるには十分なプログラムではなかった。
[2-1-5] 東住吉区子育て支援連絡会との協働による子育て関係施策の展開及び情報提供 ・東住吉区子育てOHえんフェスタ開催(年1回) ・OHえん情報誌の作成、配布(毎月) ・区内幼稚園・保育園・保育所・認定こども園の職員との学習会(年1回) ・乳幼児健診時に、子育てOHえん情報保存版の配布や区社協配信のOHえんメールの周知など、タイムリーな情報提供を行い、サービスの利用を促進。 ・子育て相談・訪問によるサービス 3ヶ月健診、1歳6ヶ月児及び3歳児健診受診者のうち、助言・指導が必要と判断されるケースに対し、相談・情報提供し、必要に応じて家庭訪問なども実施。 利用者支援専門員等による保育所等、保育資源やサービスの利用に関する相談・情報提供を拡充。 家庭児童相談員を増員し養育者への相談体制の充実と、児童虐待の予防及び早期発見のための取組を強化(2名 3名)	東住吉区子育てOHえんフェスタ開催時に実施するアンケート調査による満足度:87%以上	左記目標が50%を下回る場合は、事業を再構築する。	・東住吉区子育てOHえんフェスタの参加者 H22 274人、H23 台風で中止、H24 384人、H25 407人、H26 431人、H27 552人 ・子育てOHえん情報誌 64か所(主要4駅)に配架、毎月約2,000部 ・区広報誌の増ページで、年1回【子育てマップ】を発行(H27年8月) ・東住吉区利用者支援専門員1名配置	東住吉区子育てOHえんフェスタ参加人数862名(昨年より310名増加)参加関係機関などの拡大・ミニステージ充実・0歳児赤ちゃんを対象としたコーナーの充実 OHえん情報誌の需要があり増刷し、配架・設置カ所を拡充(97か所・2520部) 区広報誌で【子育てマップ】発行(H28年8月) 利用者支援専門員の出張相談 3回実施。	東住吉区子育てOHえんフェスタ開催時に実施する、アンケート調査による満足度92%(昨年より5%アップ)	(!)						

区政運営基本方針の成果目標の達成に向けた取組状況について(東住吉区)

豊かな地域社会の形成に向けた区政運営基本方針		平成28年度										
		めざす成果および戦略										
		計画				自己評価						
項目	成果指標と目標値	めざす状態	アウトカム	戦略	戦略のアウトカムに対する有効性	アウトカムの達成状況	前年度	個別	全体	戦略の進捗状況	課題	今後の対応方向・改善策
					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			A:順調 B:順調でない		a:順調 b:順調でない		
⑦ 多様な区民の意見やニーズの確かな把握と区政情報の発信	区の様々な取組(施策・事業・イベントなど)の中に、区の特性や地域実情に応じたものがあると感じる区民の割合	[2-1] ・東住吉区に住み続けたい、住みたい、と思う子育て層の区民が増える。 ・地域の関係機関や事業所と連携した取り組みを進め、子育てのしづらさを解消、前向きに子育てができる養護者を増やし、地域での子育てに孤立した親子と児童虐待に至る事例を減少させる。	・「東住吉区に住み続けたい、住みたい」と思う子育て層(25歳～44歳)の区民の割合:平成30年度に85%以上 ・子育てや育児に不安や育てにくさを感じている子育て層の割合:平成30年度に20%以下(平成26年度25.7%) ・区の特性や地域実情に応じた施策・事業・イベント等があると感じる区民の割合:平成29年度に60%以上 ・3歳～7歳未満(就学前)までの養護者の育児不安 18.7%(H23年度) 14.0%(H29年度) 虐待・その疑い 20.3%(H23年度) 16.0%(H29年度) *1歳6か月児健診で早期発見をし、その後アプローチを行うため(大阪市保健衛生システムより)	・区内の子育て支援関係機関等と協働し、同世代や異世代間の交流を支援し子育てを応援するとともに、子育てにかかる情報提供が子育て層に行き届くようにする。 ・区内の地域資源を活かし、子育て層にとって魅力ある施策を展開する。 ・子育てのしづらさや発達障がい(疑い)がある親子を早期発見し、早期に療育が受け入れられる仕組み、子育てや親子が支えあえるような「場」を構築すると共に、子育て相談にも対応し、育児支援を強化する。	ア	・「東住吉区に住み続けたい、住みたい」と思う子育て層(25歳～44歳)の区民の割合 86.2%(H28) ・区の特性や地域実情に応じた施策・事業・イベント等があると感じる区民の割合 29.4% ・子育てや育児に不安や育てにくさを感じている子育て層の割合 32.5% ・3歳～7歳未満(就学前)までの養護者の育児不安 12.1%(H27) 11.7% 虐待・その疑い 10.7%(H27)	83% 26% 25.7% 13.2% 11.7%	A B B A	A	b	・区の特性を活かした事業の取組を実施により取組の対象となっている区民への満足度には繋がっているが、区民全体としての認知度へと繋がっていない。 ・子育てについての不安や悩みをかかえている子育て層に対して支援できる「場」の構築を進めているが、乳児期の親子に対する情報が十分に行き届いていない。	・取組の実績や効果が、区民全体へのフィードバックとして還元されていないため、様々な広報媒体で実施経過の広報も行うなど周知方法も含め検討していく。 ・子育てについての不安や悩みをかかえている子育て層、特に乳児期の親子に対して身近に相談や参加ができる子育て資源があることを周知し提供していく。
		[3-2] ・自分の健康は自分で守り、区民みんなが健康づくりに取り組んでいる。 ・区民自ら、生活習慣改善が認知症予防に繋がること気づき、予防のため活動の習慣化と認知症等になった区民、その家族を理解でき、支援できる地域でのしくみづくりに区民と地域の関係機関と協働してとり組み、健康で安心して暮らせている。	・がん検診の受診率の前年度比伸び率が市の平均の前年度比伸び率を上回る(平成28年度) ・特定検診・特定保健指導の受診率が市の平均を上回る(平成28年度) ・3年後(1)はつらつ脳活性化元気アップ講座)参加者対象 体力の維持・増進出来た人を20%以上にする。 認知能力の維持・増進出来た人を10%以上にする。(平成30年度)	・「すこやか大阪21(第2次)計画」の理念のもと、区民の主体的な活動と行政、企業等が協力して、地域の特性に応じた健康づくりを推進する。 ・関係機関と連携して、生活習慣病、認知症予防に取り組む。 ・多世代交流を通して、子ども達やその保護者に高齢者や認知症について理解が深められ、地域支援のしくみづくりを行う。	ア	がん検診受診率の前年度比伸び率が、市平均伸び率に対して5検診のうち、3検診が下回った。 特定検診の受診率 21.7% (市21.6%) ・受講者体力の維持・増進できた人... 58.3% ・受講者の能力の維持・増進できた人... 77.7%	21.6% 74.5% 75.6%	B A A	A	a	定期的ながん検診を受診している区民以外の、新たながん検診受診者を増加させること。	平成28年度から始めた各周知方法を継続しつつ、新たに公用車でのマグネットシートによるPRや、来庁者に手渡しでチラシ配布等直接的な方法を含め、受診勧奨を検討・実施していく。
	区の様々な取組(施策・事業・イベントなど)に関して、あなたの必要とする情報が伝えられていると感じる区民の割合	[5-1] ・地域に密着した情報を収集・発信し、区の広報媒体(広報紙やホームページ等)が、区民から愛着を持たれている。 ・区職員一人ひとりがまちのセールスマンとして、東住吉の魅力発信を行うために必要な広報スキルや意識が身に染み付いている。 ・サイレント・マジョリティなど表面化しにくいものも含めた多様な区民の意見やニーズを的確に把握し、区政運営に反映させる。	・必要とする区の情報を知ることができると感じる区民の割合:平成29年度に60%以上 ・区民の意見やニーズが区役所に届き、区政運営に反映されていると感じる区民の割合:平成29年度に60%以上	・広報紙をより魅力的なものにする。 ・SNSによるコミュニケーションからニーズをつかみ、それに応じた情報提供を行う。 ・区内に居住する区民だけではなく、区内在勤等の区民に対しても広報紙の認知度を上げる。 ・機能的かつ効果的な広聴広報活動に関する区職員の意識を向上させ、各課の情報受発信力を強化する。 ・インターネット回答など、区民からさまざまな意見や要望を十分に伺う機会を充実する。	イ	取組に関する情報伝達 29.4% 区政運営についての意見聴取 29.0%	28.9% 26.7%	B B	B	b	現状の数値とアウトカムに大きな乖離があり、数値は上がっているが、平成29年度の達成は困難である。広報紙だけでなく、他の手段を活用しての、若年層への情報伝達なしには、数値が達成できない。	SNSを多様に活用して、区民が必要とする情報(特に若者が必要とする内容)を発信していく。

区政運営基本方針の成果目標の達成に向けた取組状況について(東住吉区)

豊かな地域社会の形成に向けた区政運営基本方針		平成28年度									
		計画					具体的取組				
項目	成果指標と目標値	取組内容	業績目標	撤退基準	前年度までの実績	取組実績	業績目標の達成状況		課題	改善策	
							戦略に対する取組の有効性	戦略に対する取組の有効性			
							:目標達成 ()取組は予定どおり実施 ()取組を予定どおり実施しなかった :目標未達成 ()取組は予定どおり実施 ()取組を予定どおり実施しなかった :撤退基準未達成	:有効 ×:有効でないため見直す			
⑦ 多様な区民の意見やニーズの的確な把握と区政情報の発信	区の様々な取組(施策・事業・イベントなど)の中に、区の特長や地域実情に応じたものがあると感じる区民の割合	[2-1-6] (早期発見) ・発達障がい(疑い)等子育てのしづらさを持つ親子を、Mチャット等を使用した問診票により1歳6か月児健診(16回/年)、3歳児健診(16回/年)、心理相談(12回/年)等で選定。 (早期療育) ・子どもとの遊び方を学ぶ「すくすく教室」の実施(12回/年) ・子育てのコツを学ぶ「親育てのプログラム(2歳児用・4歳児用プログラム)」を実施(2歳児用 6回/年、4歳児用 3回/年) ・友達づくりや子育ての悩みなどを共有できる「交流の場」の構築及び地域で孤立しない相談対応の実施(3回/年) *早期療育が受け入れられる仕組みとしての取組は、委託事業者と連携し実施(「すくすく教室」以外) ・子育てカアップ講座受講修了者による企画、自主的な取組活動の側面支援。	・親育てのプログラムの満足度:70%以上 ・交流の場の参加者満足度:70%以上	親育てのプログラムの満足度:35%以下の場合かつ、 交流の場の参加者の満足度:35%以下の場合は、事業を再構築する。	(早期発見) ・1開設 フォロー人数:平均20人/月 (早期療育) ・すくすく教室 月1回開催 3回参加で1コース 参加数:平均18組/月 ・親育てのプログラム 2歳児 参加数:延べ157組(4・5・8・9・12・1月) 参加満足度:4月100%、5月86%、8月100%、9月100%、12月100%、1月100% 4歳児 参加数:延べ58組(6・10・2月) 参加満足度:6月100%、10月100%、2月100% ・交流の場 7・11・3月実施 ・子育てカアップ講座受講修了者による企画、自主的な取組活動の側面支援(平成27年11月～)	(早期発見) ・1開設 フォロー人数:平均20人/月 (早期療育) ・すくすく教室 月1回開催 3回参加で1コース 参加数:平均18組/月 ・H28年度 2歳児プログラム 延べ193組参加(4・5・8・9・12・1月実施) 参加満足度:4月100%、5月100%、8月100%、9月84.6%、12月100%、1月100% 4歳児プログラム 延べ82組(6・10・2月) 参加満足度:6月100%、10月87.5%、2月100% ・交流の場 7・11月実施、3月実施 ・子育てカアップ講座受講修了者による企画、自主的な取組活動の側面支援(平成27年11月～)	プログラム・交流の場の満足度は70%以上	()			
		[3-2-2] 1)人材(リーダー)の育成 「はつらつ脳活性化元気アップリーダー養成講座」の開催 ・自分の健康、地域を元気にする意識啓発と技術取得のための講座開催(年1回、8回コース500名受講) 2)リーダー活動の拡充 「はつらつ脳活性化元気アップ講座」の開催 ・リーダーが中心となり、各地域で健康づくりから認知症予防の講座開催、多世代交流の実施 ・高齢者や認知症に対する理解を深め、地域支援のしくみづくりの一手法として、社協、包括、学校医、キャラバンメイトとリーダーが連携し、小学5年生に、講話や語り部、昔の遊びの体験学習を授業参観の活用も視野に入れて実施(1～2校)。	1)人材育成 「はつらつ脳活性化元気アップリーダー養成講座」 ・リーダー育成数 20名 ・自分自身の健康のために何かをしている人 92%以上 2)リーダー活動の拡充 「はつらつ脳活性化元気アップ講座」 ・講座参加者の満足度 60%以上 ・多世代交流の実施 ・小学校開催時のリーダー等の満足度 60%以上	1)人材育成 「はつらつ脳活性化元気アップリーダー養成講座」 ・リーダー育成が10名以下の場合かつ 自分自身の健康のために何かをしている人50%の場合は、事業を再構築する。 2)リーダー活動の拡充 「はつらつ脳活性化元気アップ講座」 ・講座参加者の満足度30%以下の場合は、事業を再構築する。 ・多世代交流の実施 ・小学校開催時のリーダー等の満足度30%以下の場合は、事業を再構築する。	はつらつ脳活性化元気アップリーダー養成講座 ・101名の講座申込中修了者(8回中6回以上参加者)は73名 ・リーダーとして活動している人は45名 はつらつ脳活性化元気アップ講座 ・平成26年5月から開催 東住吉区オレンジキッズ(認知症キッズサポーター)養成講座(12月)	1)人材育成 「はつらつ脳活性化元気アップリーダー養成講座」 ・8回コースを実施し、97名申込み、8回中6回以上の参加者は58名 2)リーダー活動の拡充 「はつらつ脳活性化元気アップ講座」 ・14地域中、13地域で開催 多世代交流の実施 ・湯里小、北田辺小にて、授業の一環で「認知症キッズサポーター養成講座」の中で、認知症の方への声掛け訓練が開催された。	1)人材育成 「はつらつ脳活性化元気アップリーダー養成講座」 ・リーダー育成数 22名 ・自分自身の健康のために何かをしている人 97.2% 2)リーダー活動の拡充 「はつらつ脳活性化元気アップ講座」 ・講座参加者の満足度 約90% ・多世代交流の実施 ・小学校開催時のリーダー等の満足度 97.4%		()		
		[5-1-1] ・子育て層向けSNSの立ち上げ及び活用 ・区職員有志に対する広報研修(キャッチーな文章の作成や動画作成に関する知識の習得など)の開催(年1回以上)。 ・広報サポーター制度による、市関連施設以外の広報紙の配架場所の新規開拓(10箇所以上)。 ・区の広報媒体(区広報紙、区ホームページ、区ツイッター、子育て層SNS)の相互リンク。	・広報サポーター数 120 ・毎月の区ホームページへのアクセス数が、前年同月のアクセス数を上回る。	広報サポーター数が100以下 かつ、 区ホームページへのアクセス数が全月下回った場合は、事業を再構築する。	・区民ボランティア記者制度創設(区民による取材記事特集、25年4月～)、 区民ボランティア記者制度のこども版創設(小学生英語交流事業・中学生海外派遣事業に参加した小中学生のうち希望者を委嘱、26年9月～)。 ・ツイッターに区HPのURLを掲載し、区HPへ誘導。(24年4月～)。 ・区HPのスマートフォン版を配信(26年7月～)。	「東住吉区子育て応援ナビ」の運用開始 各担当リーダー係長、担当者へのヒアリングと新ホームページ運用説明 広報サポーター 新規21箇所 広報紙へHPのQRコード掲載、HPからHPへ誘導。	広報サポーター数 121 毎月の区ホームページへのアクセス数 前年同月を上回った月 6月		()		広報サポーターは順調に増やすことができたが、ホームページのアクセス数は、思うように伸びなかった。トップページを指標としているが、実際には、検索エンジンから直接個別のページに行くことから、トップページそのものが見られない傾向にある。

区政運営基本方針の成果目標の達成に向けた取組状況について(東住吉区)

豊かな地域社会の形成に向けた区政運営基本方針		平成28年度										
		めざす成果および戦略										
		計画			自己評価							
項目	成果指標と目標値	めざす状態	アウトカム	戦略	戦略のアウトカムに対する有効性	アウトカムの達成状況	前年度	個別	全体	戦略の進捗状況	課題	今後の対応方向・改善策
					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			A:順調 B:順調でない		a:順調 b:順調でない		
① 区民の参画と協働による区政運営	区役所が、区の様々な取組(施策・事業・イベントなど)について、それらの企画・計画段階において、区民の意見や要望を反映していると思う区民の割合	H29年度までに60%以上	[5-2] 区民の区政への関心を高め、区民の意見を反映した区政運営を行う。	事業の計画段階から区民との対話や協働により進められ、区民からの評価を受け、改善につなげていると感じる区民:平成29年度に60%以上	区民との協働による区政運営を実現する。	ア	事業の計画段階から区民との対話や協働により進められ、改善につなげていると感じる区民 26.4%	25.3%	B	B	a	改善につながっていると感じている区民の割合は増えているものの、平成29年度の目標値の達成が期待できる進捗とはなっていない。区民からの意見がどのように区政に反映されているか等の認知度の向上を図る必要がある。
	区役所が、区の様々な取組(施策・事業・イベントなど)について、それらの終了時に意見を聞くなど、区民からの評価を受け、これらを区政運営の改善につなげていると思う区民の割合	H29年度までに60%以上	[5-2] 区民の区政への関心を高め、区民の意見を反映した区政運営を行う。	事業の計画段階から区民との対話や協働により進められ、区民からの評価を受け、改善につなげていると感じる区民:平成29年度に60%以上	区民との協働による区政運営を実現する。	ア	事業の計画段階から区民との対話や協働により進められ、改善につなげていると感じる区民 26.4%	25.3%	B	B	a	改善につながっていると感じている区民の割合は増えているものの、平成29年度の目標値の達成が期待できる進捗とはなっていない。区民からの意見がどのように区政に反映されているか等の認知度の向上を図る必要がある。
(2) 区民に身近な総合行政の拠点としての区役所づくり												
⑦ 区における市政の総合窓口機能の充実	過去1年間に、区役所に日常生活に関する相談や要望を行った区民のうち、区役所が、区における市政の総合窓口として、適切に対応したと思う区民の割合	H29年度までに80%以上	[5-1] 地域に密着した情報を収集・発信し、区の広報媒体(広報紙やホームページ等)が、区民から愛着を持たれている。 区職員一人ひとりがまちのセールスマンとして、東住吉の魅力発信を行うために必要な広報スキルや意識が身に染み付いている。 ・サイレント・マジョリティなど表面化しにくいものも含めた多様な区民の意見やニーズを的確に把握し、区政運営に反映させる。	・必要とする区の情報を知ることができると感じる区民の割合:平成29年度に60%以上 ・区民の意見やニーズが区役所に届き、区政運営に反映されていると感じる区民の割合:平成29年度に60%以上	・広報紙をより魅力的なものにする。 ・SNSによるコミュニケーションからニーズをつかみ、それにあつた情報提供を行う。 ・区内に居住する区民だけではなく、区内在勤等の区民に対しても広報紙の認知度を上げる。 ・機能的かつ効果的な広報活動に関する区職員の意識を向上させ、各課の情報発信力を強化する。 ・インターネット回答など、区民からさまざまな意見や要望を十分に伺う機会を充実させる。	イ	取組に関する情報伝達 29.4% 区政運営についての意見聴取 29.0%	28.9% 26.7%	B B	B	b	現状の数値とアウトカムに大きな乖離があり、数値は上がっているが、平成29年度の達成は困難である。広報紙だけでなく、他の手段を活用しての、若年層への情報伝達なしには、数値が達成できない。
(3) 区民が満足・納得できる区役所運営												
⑦ 庁舎案内や窓口業務におけるサービス向上	区役所を過去1年間に訪れた区民のうち、来庁者への案内サービスや窓口での対応が良いと感じた区民の割合 区役所来庁者に対する窓口サービスに係る民間事業者の覆面調査員による調査(5点満点)での点数	H29年度までに80%以上 H29年度までに3.5点以上	[様式3 取組項目4] 職員間での仕事のめざすべき方向性や目標の明確化、共有化、人事評価の透明性のより一層の向上などを通じて、職員の士気や組織パフォーマンスの向上に向けた取り組みを推進し、職員が誇りを感じることが出来る区役所を目指すとともに、市民から信頼される自律的な職員と組織風土づくりを進める。	・仕事にやりがいを感じている・ある程度感じている職員の割合:平成28年度実績で90%以上	・新転任者向けに地域理解の浸透を図るための研修 ・自律した自治体型の区政運営に向けた職員力向上のための研修							
⑧ 区民が納税者の視点で納得できる効果的・効率的な業務運営	効果的・効率的な業務運営に向け、区の実情や特性に応じて、区役所の取組が進められていることを知っている区民の割合	H29年度までに60%以上	[様式3 取組項目5] スリムで効果的な業務執行体制をめざす。	職員数の削減を行う。	適正な組織管理や人事管理を行う。							

区政運営基本方針の成果目標の達成に向けた取組状況について(東住吉区)

豊かな地域社会の形成に向けた区政運営基本方針		平成28年度									
		具体的取組									
		計画				自己評価					
項目	成果指標と目標値	取組内容	業績目標	撤退基準	前年度までの実績	取組実績	業績目標の達成状況		戦略に対する取組の有効性	課題	改善策
							：目標達成 ()取組は予定どおり実施 ()取組を予定どおり実施しなかった	：目標未達成 ()取組は予定どおり実施 ()取組を予定どおり実施しなかった			
① 区民の参画と協働による区政運営	区役所が、区の様々な取組(施策・事業・イベントなど)について、それらの企画・計画段階において、区民の意見や要望を反映していると思う区民の割合	H29年度までに60%以上	[5-2-1] ・区政会議の開催(本会議3回、2部会各3回) ・広報媒体を活用した区政会議の意義や議事内容の区民への周知 ・区政会議委員も交えた、区の中長期計画策定に向けた地域フォーラム(仮称)の開催(14地域)	参加者に対するアンケートで、区政を身近に感じることができた区民の割合:60%以上	左記目標が3割を下回った場合は、事業を再構築する。	区政会議 H25:本会議2回、3部会各3回開催 H26:本会議4回、2部会各3回開催 H27:本会議3回、2部会各2回開催	・区政会議 本会議4回(5月・9月・12月・3月) ・区広報紙4月号、区公式フェイスブック及びインスタグラムの立ち上げと発信 ・東住吉ゆめ・まちフォーラム(9/22)の開催 ・その他新将来ビジョン策定に向けての取組の推進(子育て層向けヒアリング、東住吉をあるこうキャンペーンの展開、e-sumiなどでの立ち上げ等)	参加者に対するアンケートで、区政を身近に感じることができた区民の割合98.2%	()		
	区役所が、区の様々な取組(施策・事業・イベントなど)について、それらの終了時に意見を聞くなど、区民からの評価を受け、これらを区政運営の改善につなげていると思う区民の割合	H29年度までに60%以上	[5-2-1] ・区政会議の開催(本会議3回、2部会各3回) ・広報媒体を活用した区政会議の意義や議事内容の区民への周知 ・区政会議委員も交えた、区の中長期計画策定に向けた地域フォーラム(仮称)の開催(14地域)	参加者に対するアンケートで、区政を身近に感じることができた区民の割合:60%以上	左記目標が3割を下回った場合は、事業を再構築する。	区政会議 H25:本会議2回、3部会各3回開催 H26:本会議4回、2部会各3回開催 H27:本会議3回、2部会各2回開催	・区政会議 本会議4回(5月・9月・12月・3月) ・区広報紙4月号、区公式フェイスブック及びインスタグラムの立ち上げと発信 ・東住吉ゆめ・まちフォーラム(9/22)の開催 ・その他新将来ビジョン策定に向けての取組の推進(子育て層向けヒアリング、東住吉をあるこうキャンペーンの展開、e-sumiなどでの立ち上げ等)	参加者に対するアンケートで、区政を身近に感じることができた区民の割合98.2%	()		
(2) 区民に身近な総合行政の拠点としての区役所づくり											
⑦ 区における市政の総合窓口機能の充実	過去1年間に、区役所に日常生活に関する相談や要望を行った区民のうち、区役所が、区における市政の総合窓口として、適切に対応したと思う区民の割合	H29年度までに80%以上	[5-1-2] ・無作為抽出した区民1,500名に対するアンケート調査の実施(年4回)。 ・インターネットアンケートなど区民からの意見や要望を伺う。	区民アンケート調査の有効回収数 1回あたり 400名以上	有効回収数がすべての回で300名を下回る場合は、事業を再構築する。	区民アンケート(年4回:9月、10-11月、1-2月、各区に共通する区政運営に関する事項についてのアンケート調査(12月-1月:市民局実施)) うち、9月実施分は512名、11月実施分は550名、12月実施分は518名	区民アンケート調査の有効回収数 第1回平成28年7月11日～8月3日 500名 第2回平成28年10月20日～11月7日 542名 第3回平成28年12月24日～平成29年1月13日 514名	区民アンケート調査の有効回収数 1回あたり 519名	()		
(3) 区民が満足・納得できる区役所運営											
⑦ 庁舎案内や窓口業務におけるサービス向上	区役所を過去1年間に訪れた区民のうち、来庁者への案内サービスや窓口での対応が良いと感じた区民の割合 区役所来庁者に対する窓口サービスに係る民間事業者の覆面調査員による調査(5点満点)での点数	H29年度までに80%以上 H29年度までに3.5点以上	[様式3 取組項目4] タウンウォッチング研修の継続実施 -1 職員力向上に向けたスキルアップ研修の実施 -2 「東住吉区おもてなしプロジェクト」を継続実施し、各課を横断した取組を推進	5月までに2回以上 -1 年間計5回以上 -2 年間計6回以上			タウンウォッチング研修や民間講師による職員力向上に向けたスキルアップ研修は目標回数実施した。	各課を横断した「東住吉区おもてなしプロジェクト」を継続実施し、「来庁者等に対する窓口サービス」の格付け結果で民間の窓口サービスの平均的なレベルを上回るレベルとの評価を得たものの仕事にやりがいを感じている・ある程度感じている職員の割合は、85%で目標にわずかに届かなかった。	()	業務量が多いと感じる職員が少なからずいる	業務量が多いと感じる職員が少なからずいることから、ワーク・ライフ・バランスに関する研修等を検討しながら改善を図る。
⑧ 区民が納税者の視点で納得できる効果的・効率的な業務運営	効果的・効率的な業務運営に向け、区の実情や特性に応じて、区役所の取組が進められていることを知っている区民の割合	H29年度までに60%以上	[様式3 取組項目5] 市の人員マネジメントに基づき、職員数の見直しを実施する。				人員マネジメントに基づき職員数の削減に努めた。	同左	()		