

重点的に取り組む主な経営課題

経営課題5

【戦略的なシティ・プロモーションの推進】

計 画	めざすべき将来像（最終的なめざす状態）〈概ね10～20年間で念頭に設定〉
	歴史的・文化的資産を活かして多くの人が集いにぎわうまち
	現状（課題設定の根拠となる現状・データ）
	<p>【平成30年度 区民モニター】※〈>は29年度区民モニター</p> <ul style="list-style-type: none"> ・区役所が行う歴史的・文化的資産の情報発信が十分にできていると感じる区民の割合 72.4%〈67.3%〉 <p>【平成25年度 区民モニター】（「天王寺区ギャップ調査」等）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・区内にある歴史的・文化的施設やイベントなどの情報を発信し、多くの方に天王寺区を訪れていただきにぎわいのあるまちづくりをめざす方向性に賛同する区民の割合 86.6% ・区民の持つ天王寺区のイメージ 「神社仏閣が多い街」93.5% 「歴史のある街」91.9% 「文教都市（学校が多い街）」86.2% ・区民が今後PRに力を入れた方が良くと思うイメージ 「神社仏閣が多い街」20.3% 「歴史のある街」18.8% 「文教都市（学校が多い街）」10.9% <p>【平成30年度「あなたの声をつなげ隊」による意見聴取】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・今後の天王寺区役所と地域住民・団体との連携イベント企画へのご意見 歴史ウォーク 95件(28%) 音楽イベント 62件(18%) まちバル 60件(17%) <p>※(%)はいただいたご意見数(計345件)に対する割合</p>
	要因分析（めざすべき将来像と現状に差が生じる要因の分析結果）
	<ul style="list-style-type: none"> ・区民の持つ天王寺区のイメージと、今後PRに力を入れた方が良く思うイメージとが一致しており、さらなるPRが求められている。 ・区内には、約200もの社寺や動物園、美術館など多くの歴史的・文化的資産が集積し、様々な伝統行事等が開催され、また、「天王寺 真田幸村博」（平成26・27年度）も盛況のうちに終了した。こうした取組の結果、区役所が行う情報発信が十分だと感じる割合は7割を超え、一定、効果的なプロモーションが進んできていると考えられる。 ・「天王寺 真田幸村博」の終了後も、地域住民・地域団体・企業等によるイベントの実施など地域の主体的なプロモーションが着実に進捗しており、こうした取組みを区としてしっかり支援していく必要がある。

課題（上記要因を解消するために必要なこと）

区内の歴史的・文化的資産の効果的な情報発信による天王寺区のまちのブランディングの強化

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

めざす成果及び戦略 5-1 【天王寺のまちのブランド力の強化】

計画	めざす状態<概ね3~5年を念頭に設定> 天王寺区の魅力発信・観光振興が十分にできている状態		戦略（中期的な取組の方向性）	
	アウトカム（成果）指標（めざす状態を数値化した指標） ・天王寺区の魅力発信・観光振興ができていると感じる区民の割合 平成33年度までに 80%以上		・地域住民・地域団体・企業等が主体的に行う天王寺区の魅力発信につながる取組みを支援し、天王寺区のブランディングの一層の強化に取り組む。 また、天王寺区の効果的な情報発信にあたって、周辺区や関係先と連携した大阪・熊野街道歴史ウォーク、地域団体等の主体的なにぎわいづくりの取組みの積極的なサポート、平成33年に没後1400年を迎える聖徳太子の情報発信など、上町台地の歴史的・文化的資産の魅力を発信し、天王寺区のシティ・プロモーションを積極的に展開する。	
自己評価	戦略のアウトカム指標に対する有効性	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	課題 ※有効性が「イ」の場合は必須	
	アウトカム指標の達成状況	前年度 個別 全体		
			今後の対応方向 ※有効性が「イ」の場合は必須	
			A:順調 B:順調でない	
戦略の進捗状況		a:順調 b:順調でない		

具体的取組5-1-1 【天王寺区魅力発信・にぎわいづくり事業】

29決算額 513千円 30予算額 1,235千円 31予算額 1,566千円

計画	当年度の取組内容		プロセス（過程）指標（取組によりめざす指標）	
	「歴史的・文化的資産を活かして多くの人が集いにぎわうまち」を実現するため、周辺区と連携して歴史ウォークを開催するなど天王寺区の歴史・文化の魅力を発信するとともに、地域住民・地域団体・企業等が主体的に行うにぎわいづくりに資する取組について、区が有する広報媒体等を活用して情報発信する他、共催や後援による支援を行う。 ・大阪・熊野街道歴史ウォーク 2回 ・天王寺区歴史文化を活かした地域主体のイベントなどの取組への支援 適時 ・真田街道ガイドと真田氏ゆかりの地への参加 ・吹奏楽フェスティバルの開催 1回 ・上町台地周遊マップ(31年度版)のリニューアル・配布 10,000部 ・天王寺七坂顕彰板修繕 1基		・天王寺区の魅力発信に主体的に取り組む団体等のうち、区による支援が行われていると感じる割合 80% 【撤退・再構築基準】 50%未満の場合は、事業手法を再構築する。	
自己評価	前年度までの実績			
	平成30年度 ・大阪・熊野街道歴史ウォーク(北コース・南コース) 2回 ・上町台地周遊マップ(30年度版)の作成・配布 10,000部 ※達成状況 90.0% 平成29年度 ・大阪・熊野街道歴史ウォーク(北コース・南コース) 2回 ・上町台地周遊マップ(29年度版)の作成・配布 10,000部 ※達成状況 90.0% 平成28年度 ・イメージポスターの作成・配布 200部 ・上町台地周遊マップ(28年度版)の作成・配布 15,000部 ※達成状況 87.5%			
中間振り返り	プロセス指標の達成状況		課題と改善策 ※左記に「②、③」、「イ」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・再構築基準未達成			
戦略に対する取組の有効性		ア:有効であり、継続して推進 イ:有効でないため、取組を見直す 一:プロセス指標未設定(未測定)		
自己評価	当年度の取組実績		課題 ※左記に「②、③」、「イ」がある場合は必須	
	プロセス指標の達成状況			
	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・再構築基準未達成		改善策 ※左記に「②、③」、「イ」がある場合は必須	
	戦略に対する取組の有効性		ア:有効であり、継続して推進 イ:有効でないため、取組を見直す 一:プロセス指標未設定(未測定)	