

答申体系（案）

令和 7 年10月10日

大阪市全体のめざす方向性 （大阪市未来都市創生総合戦略）

一人ひとりが多様な幸せ(Well-being)を実感でき、誰もが安心していつまでも住み続けたいと思う「にぎやかで活気あふれるまち大阪」の実現

基本認識 住まいは、幸せな市民生活の基礎であり、まちを構成する主要な要素でもある

※ 2050年を見据えた住宅政策の方向性と今後10年間に取り組むべき施策

住宅政策を取り巻く現状と課題

- 少子高齢化の進行と人口減少社会の到来
 - ・ 将来的な人口・世帯数の減少
 - ・ 少子高齢化の一層の進行
 - ・ 依然として続く子育て世帯の市外転出傾向
 - ・ 都心区での人口増と周辺区での人口減少
- 住宅セーフティネットの必要性の高まり
 - ・ 単身世帯、高齢者世帯の増加
 - ・ 住宅確保要配慮者の居住ニーズの高まり
 - ・ 国や法制度の動向
 - ・ 市営住宅入居・管理の状況
- 住宅ストックの維持管理や再生・活用をめぐる課題の深刻化
 - ・ 総住宅数・空家の増加
 - ・ 住宅価格の高騰と住宅のアフォーダビリティの確保
 - ・ 高経年マンションの急増
 - ・ 活性化が求められる既存住宅の流通・活用
 - ・ 市営住宅ストックの状況
- 求められる住まいとまちの安全確保
 - ・ 頻発化・激甚化する災害
 - ・ 一定残る耐震性の不十分な住宅
 - ・ 密集住宅市街地整備の進捗と残る課題
- 住むまち大阪の多様な魅力の再認識
 - ・ 活かすべき大阪の魅力
 - ・ 地域の活力を担う多様なプレイヤー
 - ・ 地域コミュニティの希薄化
 - ・ 居住環境に対するイメージの向上
- 新たな社会潮流への対応
 - ・ 脱炭素社会の実現に向けた取組の重要性の高まり
 - ・ 万博を契機としたSDGsや健康への意識の高まり
 - ・ デジタル技術の進展、都市・まちDXの推進
 - ・ ライフスタイルや価値観の変化
 - ・ 人生100年時代に必要な住生活リテラシー

住宅政策の基本目標

選ばれるまち大阪、次代につなぐ人と住まい

～ 多様な幸せを実感できる、住み続けたい住まい・まちをめざして ～

住宅政策の基本的な方向性
(めざす住まい・まちの姿)



今後取り組むべき主要な施策

- (1) 次代を担う子育て世帯等への支援
 - ・ 子育て世帯等への支援の充実
 - ・ 公的賃貸住宅を活用した取組の推進
- (2) 住宅セーフティネット機能の強化
 - ・ 住宅確保要配慮者への居住支援機能の強化
 - ・ 市営住宅ストックの有効活用
- (3) 住宅の耐震化と密集住宅市街地の防災性向上
 - ・ 住宅の耐震化の促進
 - ・ 密集住宅市街地における防災性の向上
- (4) 大規模災害への備え
 - ・ 頻発化、激甚化する大規模災害に備えた体制整備
 - ・ レジリエンス機能を備えた住宅の整備
- (5) 地域との連携による魅力あるまちづくりの推進
 - ・ 地域に潜在する魅力資源の活用
 - ・ 地域特性に応じた住まい・まちづくりの支援
 - ・ 地域における新たな価値・にぎわいの創出
- (6) 「住むまち」大阪の魅力の戦略的発信
 - ・ 「住むまち」大阪のブランディング
 - ・ 大阪の都市居住文化の更なる発信
- (7) 住宅ストックの再生・活用と住宅循環社会の形成
 - ・ 分譲マンションの適切な管理と再生の支援
 - ・ 民間住宅ストックの再生・活用
 - ・ 持続可能で良質な住宅ストックの形成
 - ・ 市営住宅ストックの適切な更新・維持管理
- (8) 住まいのリテラシーを育む住情報提供体制の充実
 - ・ 住まいのリテラシーを育む仕組みの構築
 - ・ 住まい・建築まなびプログラムの充実
 - ・ ターゲットに届く「伝わる広報」の推進

安心

安全

魅力

継承

施策展開にあたっての視点・姿勢

持続可能性につながる
施策展開

- ・ 人口構造の変化を見据えた施策展開
- ・ ストック重視の施策展開
- ・ 脱炭素社会の実現に向けた住宅施策の役割

公民にわたる
多様な主体との連携・共創

- ・ 地域で活躍する多様な主体との連携
- ・ 施策間連携による住宅施策の有効性の発揮
- ・ 深刻化・複合化する地域課題の的確な把握
- ・ 国や大阪府の住宅政策との連動

社会潮流への対応と
新たな視点の導入

- ・ 先導的かつ柔軟な施策展開
- ・ 新たな視点の積極的導入
- ・ 既存施策の検証と施策の重点化・再構築

大阪らしさを活かした
施策展開

- ・ 大阪ならではの地域の魅力・価値の再認識
- ・ 地域の特性や課題に応じた施策展開
- ・ 大阪・関西万博を契機とした更なる発展

魅力ある広報と発信力の強化

- ・ 魅力的かつ効果的な「伝わる広報」への転換
- ・ ブランディングを意識した「戦略的な広報」の展開