

重点的に取り組む主な経営課題

経営課題3

【住民が主体となって運営されるまち】

めざすべき将来像（最終的なめざす状態）＜概ね10～20年を念頭に設定＞

- ・区内18地域において地域活動協議会が自律的な組織として運営され、地域活動に様々な団体・個人が参画し、協働してまちづくりに取り組んでいる状態。
- ・全地域で「ヒト・モノ・カネ・情報」といった地域資源が循環する仕組みが構築されている状態。
- ・環境や地域活動に対する意識の高い「まち」としてのブランド化が図られている状態。

現状（課題設定の根拠となる現状・データ）

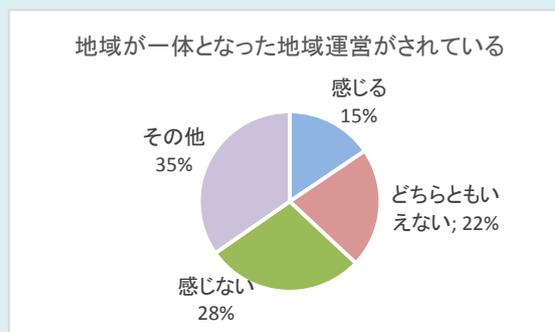
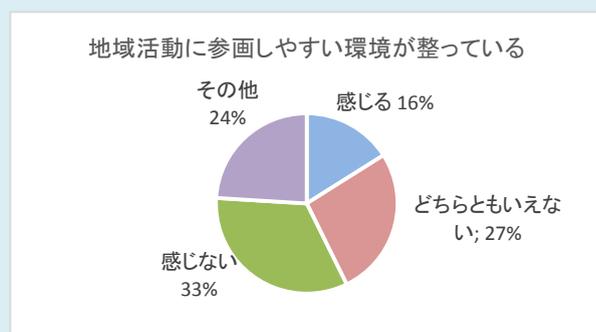
- ・18地域の地域活動協議会としての活動は4年目に入り、中間支援組織により地域特性に応じた支援を受け、様々な取組みを行う地域が増えつつある。（別表1参照）

別表1 地域活動協議会の取組状況（平成28年度）

企業・NPO・専門学校等と地域活動団体との協働事例	19件
地域活動協議会構成団体への企業・NPO・福祉施設等の参画地域	9地域
コミュニティ回収実施地域（累計）	11地域
民間助成金等活用事例	9事例

- ・中間支援組織アンケート（平成28年度）
課題やニーズを的確に把握してもらい、それにあった支援を受けることができている 60.7%
中間支援組織により、さまざまな団体が集まって地域活動や課題について話し合う事が活発になっている 60.3%

- ・区政モニターアンケート（平成28年度）



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＞

- ・地域活動に関わる約6割の方が中間支援組織から地域特性に応じた支援を受け、地域活動や課題について話し合う事が活発になっていると回答しており、地域活動に取り組む意識が高まりつつある。
- ・自主財源確保やCB・SB等、地域資源が循環するしくみへの理解は進みつつあるが、地域によって取組みに差がある。
- ・一方、区民においては、地域活動に参画しやすい環境整備や地域が一体となった地域運営がされていると感じている割合が低く、地域活動の広がりについて、十分に実感されているとはいえない。

課題（現状・データから導かれる分析結果）＜目指すべき将来像と現状に差が生じる要因＞

- ・地域活動協議会における自律的運営の向上に向けて、中間支援組織と連携し、地域の取組状況や地域ニーズに合わせた専門的・個別的な支援を行う必要がある。
- ・地域資源が循環する仕組みを構築するためには、自主財源確保やCB・SBに向けて、中間支援組織と連携し、地域特性に応じた支援や、CBIに意欲のある人材と地域とのコーディネートを推進する必要がある。
- ・区民が地域活動に参画しやすい環境づくりや、地域活動の情報発信、新たな担い手拡大のための取組みが必要である。

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

- ・中間支援組織と連携し、地域特性に応じた専門的・個別的な支援を行うことで、自律的補助金を活用した新たな担い手確保や企業・専門学校・NPO等と地域との新たな連携事業が実施され、地域活動協議会の自律的運営段階は着実に進展している。
- ・自主財源確保やCB・SB化について、コミュニティ回収は新規1地域が開始、地域資源を活用したCB・SB化事業は新規2地域が受託した。またNPOや地域団体による子どもの居場所づくり事業に協力する地域も増えている。今後も中間支援組織と連携し、地域のニーズに応じた支援を継続していく。
- ・様々な連携事業が進んでいるものの、「区民が地域のつながりを感じている割合」や「校区を越えたまちづくりに関する活動が、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割合」が低いため、多様な広報媒体を活用し地域活動の情報発信に努める。また、中間支援組織と連携し、区民が地域活動に参画しやすい環境づくりに向け、地域に対し助言・支援を行う。

めざす成果及び戦略 3-1 【豊かなコミュニティの実現】

計画	めざす状態<概ね3~5年間を念頭に設定>		戦略<中期的な取組の方向性>		
	<ul style="list-style-type: none"> 企業・NPO・専門学校やマンション住民・団塊世代等、今まで地域活動への関わりが薄かった層の地域活動参画が増えている状態 地域活動協議会が自律的に運営されている状態 企業や専門学校と地域活動団体とのコーディネートが促進され、「ヒト・モノ・カネ・情報」が地域で循環する仕組みが構築されている状態 区内18地域全てにおいて、コミュニティ回収に取組んでいる状態 		<ul style="list-style-type: none"> 区広報誌や区HP、地域の広報誌や地域FB等、多様な広報媒体を活用し、地域活動の情報発信と地域活動参画促進を行う。 中間支援組織と連携し、地域特性に応じた地域活動協議会の自律運営支援を行う。 企業・NPO・専門学校や地域活動団体との交流を促進し、コーディネートを行う。 地域がコミュニティ回収に取り組めるよう、環境局と連携した各種相談やインセンティブとなる当初活動支援金などの支援を行う。 		
自己評価	アウトカム<めざす状態を数値化した指標>		課題 ※有効性が「イ」の場合は必須		
	※重点目標 ・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：平成29年度までに50%以上		・地域でのつながりを実感している区民の割合が低い。		
	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	
	アウトカムの達成状況		前年度	個別	全体
・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：42.6%		46.5%	B	B	
戦略の進捗状況		b		今後の対応方向 ※有効性が「イ」の場合は必須 ・地域活動に関心をもってもらえるよう、区広報誌やHP、地域の広報誌や地域FB等、多様な広報媒体を活用した情報発信と参画促進を行う。	
		a: 順調 b: 順調でない			

具体的取組3-1-1 【地域活動への参画促進】★

27決算額 (3-1-2含) 円 28予算額 (3-1-2含) 円 29予算額 (3-1-2含) 円

計画	取組内容		業績目標 (中間アウトカム)	
	<ul style="list-style-type: none"> 地域活動協議会への新たな担い手確保を目的とした「自律的な地域活動を支援するための活動補助金」の活用(個別の支援(補助金活用提案地域累計:18地域)) 地域課題解決に向け、地域活動協議会と企業、専門学校、NPO等との協働・連携の拡大(協働事例:年20回以上) (改定履歴あり)		<ul style="list-style-type: none"> 「自律的な地域活動を支援するための活動補助金」の効果検証アンケートで「今後も地域活動に参加したい」と回答した割合 70%以上 企業・専門学校・NPO等との連携 年20回以上 【撤退基準】 ・割合が50%以下及び企業・専門学校・NPO等との連携が年18回以下の場合、事業を再構築する。 (改定履歴あり)	
中間振り返り	業績目標の達成状況		①(i)	
	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		課題と改善策 ※左記に「②、③」、「×」がある場合は必須 ・予定通り進捗している(自律的補助金活用3地域、累計14地域、企業等との協働事例14回)。引き続き進捗状況の管理を行っていく。	
	戦略に対する取組の有効性		—	
自己評価	取組実績		課題 ※左記に「②、③」、「×」がある場合は必須	
	<ul style="list-style-type: none"> 自律的補助金活用提案地域:18地域 (うち活用済地域:14地域) 企業・専門学校・NPO等との連携回数:23回 自律的補助金効果検証アンケート「今後も地域活動に参加したい」と回答した割合 88.8% 		・自律的補助金の活用や企業・専門学校・NPO等との連携が促進されたことにより 地域課題の解決や新たな担い手の発掘につながったため、継続した支援が必要。	
	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	
	・取組実績のとおり		①(i)	
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		・企業・専門学校・NPO等と連携した取組の状況を様々な広報媒体を活用して情報発信し、地域活動への参画促進へ継続して取り組む。 ・地域活動の新たな担い手獲得に有効であるため、自律的補助金未利用4地域に向け、きめ細やかな活用提案と活用支援を継続する。		
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3-1-2

【地域活動協議会の自律運営支援】

		27決算額	61,788千円	28予算額	59,945千円	29予算額	58,113千円
計画	取組内容	<ul style="list-style-type: none"> ・地域団体、市民、NPO、企業などが参画した地域活動協議会が核となつて、地域課題及びニーズに対応した活動ができるよう、積極的支援を実施する。 ・校区等地域を越えて、多様な活動主体が連携し、協働して取組むネットワークを拡充するための支援を行う。(ブロック会議3ブロック×2回=6回開催) ・地域活動協議会のNPO法人格取得促進を目的とした「自律的な地域活動を支援するための活動補助金」の活用の個別支援(1地域) ・地域活動において、ファシリテーション能力やコーディネート力などを持った人(地域公共人材)を地域課題解決のために積極的に活用するよう周知をする。(18地域) 					
	業績目標(中間アウトカム)	<ul style="list-style-type: none"> ・アンケート「校区等地域を越えたまちづくりに関する活動が、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」:50%以上 ・法人格取得を目的とした補助金活用件数 1件 ・地域公共人材の活用 3件 【撤退基準】 <ul style="list-style-type: none"> ・割合が30%以下の場合及び法人格取得を目的とした補助金活用件数が0件、及び地域公共人材の活用が1地域以下の場合、事業を再構築する。 					
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	<ul style="list-style-type: none"> ・予定通り進捗している(ブロック会議3ブロック×1回開催、NPO法人格取得に関心を持つ地域に情報提供 2地域、地域公共人材の情報提供 18地域、活用3地域)。引き続き進捗状況の管理を行っていく。 					
	戦略に対する取組の有効性	—	<ul style="list-style-type: none"> ○: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	<ul style="list-style-type: none"> ・地域活動協議会ブロック別意見交換会 計6回(3ブロック×2回) ・法人格取得を目的とした補助金活用提案支援 3地域(活用 0地域) ・地域公共人材の活用 6件 ・「校区等地域を越えたまちづくりに関する活動が、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」:26.5% 		課題 ※左記に「②、③」、「×」がある場合は必須			
	業績目標の達成状況	②(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	<ul style="list-style-type: none"> ・取組は計画通り実施しており、かつ地域を越えた様々な活動主体の連携・協働による活動は行われているものの、区民の認知度が低い。 ・地域を越えたまちづくりに関する活動について、SNSやHPを活用し、他地域の情報共有や活動報告状況を広く区民に向けて積極的に情報発信する。 					
戦略に対する取組の有効性	○	<ul style="list-style-type: none"> ○: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3-1-3

【地域資源が循環する仕組みづくり】

27決算額 3,075千円 28予算額 4,585千円 29予算額 405千円

計画	取組内容	業績目標（中間アウトカム）
	<ul style="list-style-type: none"> ・コミュニティ回収未実施地域に対し、環境局と連携して取組みの意義等の一層の周知を図る。また、取組みのインセンティブとなる当初活動支援金制度を継続実施する。(4地域) ・中間支援組織と協働し、地域資源を活用したCB・SB化の仕組みを構築する。(提案地域:3地域) ・CB・SB化に意欲を持った人材と地域とのコーディネートを行う。(提案地域:3地域) (改定履歴あり)	<ul style="list-style-type: none"> ・コミュニティ回収実施地域:新規4地域 ・地域資源を活用したCB・SB化事業実施地域:1地域 ・CB・SB化に意欲を持った人材と地域とのコーディネート実施地域:1地域 【撤退基準】 <ul style="list-style-type: none"> ・コミュニティ回収新規開始地域が3地域未満かつCB・SB化提案地域が2地域未満かつ人材と地域コーディネート提案が2地域未満の場合は、事業を再構築する。(改定履歴あり)
	前年度までの実績	<ul style="list-style-type: none"> ・コミュニティ回収実施地域(累計) 平成27年度:2地域(2地域) 平成28年度:8地域(10地域) ・CB・SB化事例検討 平成27年度:2事例 ・CB・SB化実施 平成28年度:4事例 平成29年度広報紙配布業務委託事業2地域が受託 (改定履歴あり)

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		<ul style="list-style-type: none"> ・予定通り進捗している(コミュニティ回収の情報提供 1地域、CB・SB化の仕組み構築および意欲を持った人材と地域とのコーディネートについて情報提供 18地域)。引き続き進捗状況の管理を行っていく。
	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
	<ul style="list-style-type: none"> ・コミュニティ回収実施地域:新規1地域、 ・地域資源を活用したCB・SB化事業実施地域:2地域 ・CB・SB化に意欲を持った人材と地域とのコーディネート実施:4団体 	<ul style="list-style-type: none"> ・CB・SB化に意欲を持つ団体に対し、ニーズに合わせた助言・支援が必要である。
	業績目標の達成状況 ・取組実績のとおり	②(i) 改善策 ※左記に「②、③」、「×」がある場合は必須 <ul style="list-style-type: none"> ・コミュニティ回収について、実施にむけ準備段階にきている地域が1地域あり引き続き支援するとともに、他の地域も実施に向け情報の提供等支援する。 ・中間支援組織と連携し、CB・SB化に関する情報提供およびCB・SB化に意欲を持った人材と地域とのコーディネートを継続する。

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)
--------------	---	---

重点的に取り組む主な経営課題

経営課題4

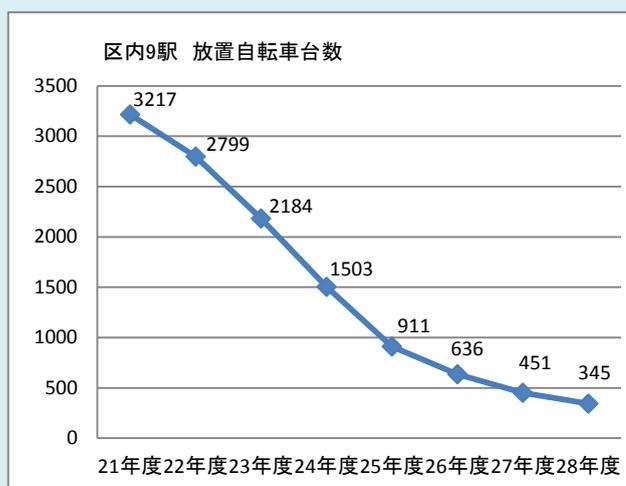
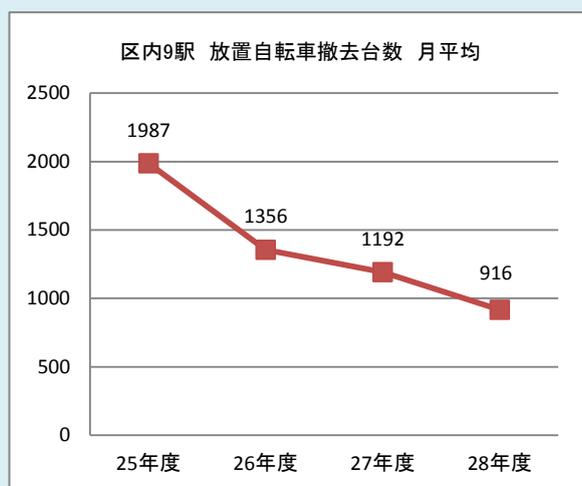
【区民との協働による快適で魅力あふれるまち】(市民協働型自転車適正化事業)

めざすべき将来像（最終的なめざす状態）＜概ね10～20年を念頭に設定＞

・駅周辺における放置自転車がなく、障がいのある方や高齢者、子どもなど誰もが住みやすいまちであるとともに、消防車等緊急車両が円滑に通行できる安全なまちの実現。

現状（課題設定の根拠となる現状・データ）

・建設局が行う放置自転車実態調査(11月午前、2月午前の平均台数)では、淀川区の放置自転車台数は平成21年度から約85%減少している。
 ・区内4駅(十三、西中島新大阪、三国、塚本)において、地域・鉄道事業者・行政で構成される放置自転車対策協議会が、それぞれ地域特性に応じた活動を実施している。
 ・各放置自転車対策協議会において、「放置自転車対策について、集客施設や店舗等の従業員の意識が低い」「放置自転車禁止区域以外からの自転車利用者の放置自転車も多い」「自転車利用者のマナーが悪い」などの問題点について意見がでている。



(改定履歴あり)

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＞

・各協議会の取組の成果により、駅周辺の放置自転車台数は平成21年度から減少している。
 ・店舗前の従業員や営業用の自転車が、放置自転車の呼び水になっているという認識が低く、集客施設の駐輪場整備に対する理解が深まっていない。
 ・駅前の放置自転車は放置自転車禁止区域以外からの遠距離の自転車利用者の放置自転車もある。

課題＜上記要因を解消するために必要なこと＞

・駅周辺の放置自転車は、平成21年度から約85%減少しており、引き続き各協議会による継続した啓発活動や店舗への協力依頼などを行い、放置自転車を増加させない取組みが必要である。
 ・隣接地域からの自転車利用者の放置もあることから、駅周辺だけでなく区内全体への啓発などの取組みが必要である。

(改定履歴あり)

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

・地域の協議会による継続的な啓発活動やサイクルサポーターによる啓発、放置自転車の撤去や駐輪場の整備等、種々の取り組みにより、区内の放置自転車台数は、当初(平成21年度)と比較すると大幅に減少している。建設局による放置自転車実態調査において、平成29年度の放置自転車台数は356台と前年比で11台増加しているが、ほぼ横ばいの状況となっており、引き続きの取り組みを粘り強く行う必要がある。
 ・駅周辺の商店街や繁華街においては、買物・娯楽の利用者並びに店舗や従業員の自転車等が放置され、歩行者の通行の妨げとなっている。これらの自転車は、地域経済と綿密な関係があることから、商店街等の各店舗や地域住民の合意による対策に取り組む必要がある。
 ・引き続き、協議会で商店街等の放置自転車対策の議論を行い、地域住民による啓発活動や各店舗の積極的な放置自転車対策への取り組み協力の理解を得る必要がある。

めざす成果及び戦略 4-1 【市民協働型自転車利用適正化事業】

計画	めざす状態<概ね3~5年間を念頭に設定> ・地域住民や店舗等との協働によって放置自転車のない状態。	戦略<中期的な取組の方向性> ・地域・鉄道事業者、行政の協働による放置自転車対策協議会活動を通じて、より効果的な啓発活動、撤去方法および駐輪場利用促進策等に取組む。 ・「よどマガ!」、区HP等への自転車利用の適正化に関する啓発記事の掲載などを通じて、区民に適正な自転車利用の意識向上を図る。
	アウトカム<めざす状態を数値化した指標> ・建設局による放置自転車実態調査において、放置自転車台数を対平成27年度比20%減(平成29年度末) ・平成26年度実績636台⇒平成27年度実績451台⇒平成28年度目標406台⇒平成29年度目標361台	

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 ・駅利用者による、通勤・通学の放置自転車は減少しているが、繁華街や商店街での放置自転車が依然として歩行者の通行に支障をきたしている。
	アウトカムの達成状況		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 ・放置自転車対策協議会において、各地域の特性に応じた課題抽出と対策を実施していくことが必要
	建設局による放置自転車実態調査において、放置自転車台数を対平成27年度比20%減(平成29年度末) 平成29年度356台		345台 A A	
	A:順調 B:順調でない			
戦略の進捗状況	b	a:順調 b:順調でない		

具体的取組 4-1-1 【放置自転車対策協議会による取組み】

27決算額 10,425千円 28予算額 10,738千円 29予算額 8,752千円

計画	取組内容 ・放置自転車対策協議会による啓発活動等を行う。(4地域、72回) ・放置自転車対策協議会を開催(3地域、5回) ・地域実情に応じた休日撤去の実施(年10回) ・店舗への協力依頼、アンケート調査(190店舗)	業績目標(中間アウトカム) ・協議会が取組む啓発活動の参加人数延べ1,300人以上 【撤退基準】 ・上記目標が1,000人未満である場合、取組みを見直す。
		前年度までの実績 [平成27年度] ・放置自転車防止啓発活動:4地域、77回 ・放置自転車等対策協議会:3地域、5回 ・休日撤去回数:25回 ・店舗アンケート調査:191店舗 [平成28年度] ・放置自転車防止啓発活動:4地域、72回 ・放置自転車等対策協議会:3地域、6回 ・休日撤去回数:27回 ・店舗アンケート調査:200店舗 (改定履歴あり)

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 ・予定通り進捗している(啓発活動28回、協議会の開催3回、休日撤去6回、アンケート調査下半期予定)。引き続き進捗状況の管理を行っていく。
	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 ・放置自転車対策協議会による啓発活動 70回 ・放置自転車対策協議会を開催 3地域、6回 ・地域実情に応じた休日撤去の実施 23回 ・店舗への協力依頼、アンケート調査 192店舗	課題 ※左記に「②、③」、「×」がある場合は必須 ・取組内容は予定通り実施している。 ・区内の放置自転車台数はこれまでの取組みにより減少傾向にあるが、西中島の繁華街、十三の商店街等地域の特性に応じた対策が必要である。
	業績目標の達成状況 ・協議会が取組む啓発活動の参加人数:延べ1,410人(H30.3月末)	①(i)
	戦略に対する取組の有効性	○

具体的取組4-1-2 【自転車利用者への啓発】

		27決算額	- 円	28予算額	- 円	29予算額	- 円
計画	取組内容	<ul style="list-style-type: none"> ・「よどマガ！」や区HP等で、自転車利用についての情報発信(年6回以上) ・地域住民と連携した自転車利用者への駐輪場利用などの啓発活動(20回) ・地域安全センターなどを利用した、自転車利用に関するポスターなどの掲示依頼(18地域) 					
	業績目標(中間アウトカム)	<ul style="list-style-type: none"> ・大阪市の駐輪場で、「駐輪後一時間まで無料」を実施していることを知っている区民の割合:60%以上 【撤退基準】 ・上記目標が40%未満である場合、取組を見直す。 					
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 ・予定通り進捗している(情報発信2回、駐輪場利用啓発活動11回、ポスター掲示下半年予定)。引き続き進捗状況の管理を行っていく。			
	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	<ul style="list-style-type: none"> ・自転車利用についての情報発信 6回 ・地域住民と連携した自転車利用者への駐輪場利用などの啓発活動 21回 ・地域安全センターなどを利用した、自転車利用に関するポスターなどの掲示依頼 18地域 					
	業績目標の達成状況	<ul style="list-style-type: none"> ・大阪市の駐輪場で、「駐輪後一時間まで無料」を実施していることを知っている区民の割合:44.7%(第2回区民アンケート) ②(i)		課題 ※左記に「②、③」、「×」がある場合は必須 ・取組内容は予定通り実施したが、自転車利用者への適正な利用方法などの情報が十分に発信できていない状況である。			
	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			改善策 ※左記に「②、③」、「×」がある場合は必須 ・引き続き、自転車利用者への情報発信について、SNSやピラを通じて、幅広く啓発活動に取り組む。			
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)				

重点的に取り組む主な経営課題

経営課題4

【区民との協働による快適で魅力あふれるまち】(LGBT支援事業)

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＞
	・多様な方々がいきいきと暮らせるまち淀川区」をめざすとともに、すべての人たちがLGBT等に関する正しい知識と理解を深め、少数者の人権の尊重はもとより、すべての方々が自分らしく生きていける環境をめざす。
	現状（課題設定の根拠となる現状・データ）
	平成25年9月 淀川区は全国行政機関初となる「LGBT支援宣言」を実施 ○各種調査結果 【民間調査機関】 ・平成24年に7万人を対象とした調査の結果、調査対象者の約5.2%（20人に1人の割合）がLGBT当事者であると報告された。 ・平成27年の調査では約7.6%と報告（LGBT当事者が増えたのではなく社会がLGBTに理解が進んできた結果） 【宝塚大学の調査結果】 ・幼少期にじめじめにあったことがある割合は約80%（内約65%が自殺を考えたことがあり、約15%は自殺未遂をしている） 【平成19年6月に内閣府が実施した「人権擁護に関する世論調査」】 ・「性的指向及び性同一障がい者に対する理解が足りない」と回答した割合が49%であった。 【平成26年度区民モニター調査結果】 ・LGBTと言う言葉を知っている及びその意味を知っている割合が33% ・まわりに当事者が現在・過去にいることを認識している割合33% ・淀川区役所がLGBTを人権課題として何らかの支援（事業）等を知っている割合23% 【平成27年度区民まつり開催におけるアンケート調査結果】 ・LGBTと言う言葉を知っている割合が38.2%（その内意味がわかる割合71.9%） ・淀川区役所がLGBTを人権課題として何らかの支援（事業）を知っている割合36.9% ・区役所の取り組みについて とてもいい25.3% いい53.3%という結果がでた。 【平成27年度区民モニター調査結果】 ・LGBT支援事業について理解できる割合 48.3%（事業内容がよく分からないので判断できない割合 39.6%） ・LGBTや性的マイノリティという言葉を知った割合 43.6% 【平成28年度区民モニター調査結果】 ・LGBT支援事業について理解できる割合49.9%（事業内容がよく分からないので判断できない割合45.9%） ・メディアでLGBTに関する情報発信が増えたと思う割合 そう思う36.4% どちらかといえばそう思う 35.1% ○視察及び出前講座実績 【平成27年度視察実績】 ・39件（自治体16件、議会6件、企業7件、学校関係・団体等10件） 【平成28年度視察実績】 ・39件（自治体16件、議会9件、企業5件、学校関係7件、団体等4件）平成29年2月23日現在 【平成27年度出前講座実績】 ・9件（自治体1件、企業1件、学校3件、団体等4件） 【平成28年度出前講座実績】 ・36件（自治体10件、企業4件、学校関係17件、団体等5件）平成29年2月23日現在
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＞	
・LGBT当事者はいじめや偏見を受け、情報も少ないことから相談が出来ず、特に幼少期においては自己否定になりやすく、ひきこもりや不登校、自傷行為に追い込まれる状態にある。このような悪循環を生み出す原因は当事者をとりまく周囲のLGBTに対する理解不足が原因として考えられる。 ・LGBT当事者の存在を認識できていない。（見えない環境） ・LGBTに対する知識が不足している。 ・幼少期における教育不足。 ・安心して相談できる体制がない。（見えない存在の原因） ・3年間の取り組みにおいて各種調査において徐々に認識されている割合は増えていること、自治体や学校関係等の関心は高まっているが、まだ全般的には不十分に思われる。	
課題＜上記要因を解消するために必要なこと＞	
・LGBTに対する理解を深めるためには以下の取り組みが必要である。 ・アライ（理解者）を増やすための研修や講演会（職員や市民も含め） ・当事者、特に幼少期や学齢期の当事者を一人にさせない（サポート） ・LGBTの理解度の向上 ・LGBTの正しい情報の発信 ・学校現場においての正しいLGBT教育 ・区の取り組みから市・府・全国へと幅広い取り組みの拡充 （改定履歴あり）	
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	・研修やレインボー出前講座の開催では、受講者654名中LGBTの基本的なことを理解した人数は640名（97.9%）、アライ（理解者）になろうと思う人数485名（84.8%）で、アライの割合が昨年度より増加した。また、全国からの視察については35件と、全国的には淀川区のLGBT支援事業は理解・周知されている。 ・区民アンケートでの淀川区役所がLGBTを人権課題として何らかの支援（事業）等を行っていることを知っている割合は21.5%となったが、LGBTという言葉を知ったことがある区民の割合は86.1%と大幅に向上した。 ・今後は、行政として「LGBT支援宣言」を発表した全国初の都市として、先進的な役割は果たしつつ、大阪市の方針に基づいた取り組みに移行し、認知度の向上を図っていく。

めざす成果及び戦略 4-2 【LGBT支援事業】

計画	めざす状態<概ね3~5年間を念頭に設定>	戦略<中期的な取組の方向性>
	<ul style="list-style-type: none"> LGBTも含めそれぞれがお互いを認め合い理解し合い、LGBT当事者の方々が「自分らしく生きていける」環境 	<ul style="list-style-type: none"> LGBTの理解不足解消のため、区民向け啓発の実施 LGBTの理解不足解消のため、区民向けに正しい情報の発信 淀川区役所をLGBTの情報発信基地として位置づけ、行政機関等のあらゆる情報を発信する。 区民向けの研修の実施 当事者が安心して相談が出来る体制の構築 当事者が孤独にならずにつながりが出来る体制の構築
計画	アウトカム<めざす状態を数値化した指標>	(改定履歴あり)
	<ul style="list-style-type: none"> 区民アンケートにおいて、LGBTという言葉を知っている区民の割合:60%、そのうち 淀川区役所がLGBTを人権課題として何らかの支援(事業)等を行っていることを知っている割合:50%を平成29年度までに達成する。 	

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
	<ul style="list-style-type: none"> LGBTという言葉を知っている区民の割合:86.1% そのうち 淀川区役所がLGBTを人権課題として何らかの支援(事業)等を行っていることを知っている割合:21.5% 	49.6%	A	A
	A:順調 B:順調でない			
戦略の進捗状況	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	<ul style="list-style-type: none"> 淀川区役所がLGBTを人権課題として何らかの支援(事業)等を行っていることを知っている割合については21.5%となったが、LGBTという言葉を知っている区民の割合は86.1%と大幅に向上した。 広報誌への記事掲載や区民センターへのリーフレットの設置等の啓発活動を継続して実施し、認知度を高めていく。 また、大阪市の方針に基づいた取り組みに移行し、認知度の向上を図っていく。

具体的取組4-2-1 【LGBT支援事業】

27決算額 4,141千円 28予算額 4,102千円 29予算額 3,762千円

計画	取組内容	業績目標(中間アウトカム)
	<ul style="list-style-type: none"> 職員・区民に対し支援事業の取り組みの理解やLGBTの知識の取得をめざすことから以下の取り組みを強化する。 <p>【計画】</p> <ul style="list-style-type: none"> 職員や教職員・企業・区民及び市民に対する研修や啓発を目的として出前講座を開催(10回以上) 電話相談事業(月4回)、コミュニティスペース(月2回)開催 区民講演会を開催(1回以上) HPなどで淀川区各行政機関におけるLGBT情報の取得や医療機関の情報なども含めリンクする。また、広報誌やSNSにおける情報発信を強化する。 <p>(改定履歴あり)</p>	<ul style="list-style-type: none"> 出前講座や講演会参加者のアンケートにおいて、LGBTを理解できた割合を85%以上 【撤退基準】 上記目標が50%未満は事業を再構築する。 <p>前年度までの実績</p> <ul style="list-style-type: none"> 平成27年度 <ul style="list-style-type: none"> 区民意識調査 LGBTという言葉を知っている38.2% 電話相談件数204件、コミュニティスペース参加者485名 平成28年 <ul style="list-style-type: none"> 区民アンケートLGBT支援事業について理解できる49.9% 電話相談件数148件、コミュニティスペース参加者398名 視察件数45件、出前講座件数36件 <p>(改定履歴あり)</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
	<ul style="list-style-type: none"> 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 		<ul style="list-style-type: none"> 予定どおり進捗している(出前講座6回開催、電話相談事業毎月4回実施、コミュニティスペース毎月2回実施、区民講演会は12月に予定、各自治体のLGBT情報をHPに掲載(8/29))。引き続き進捗状況の管理を行っていく。
中間振り返り	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	
	<ul style="list-style-type: none"> 出前講座12件 電話相談事業48回、コミュニティスペース24回 区民講演会1回開催(テーマ:遠い存在ではないLGBT) HPなどで各行政機関等におけるLGBT情報のリンク2回10件、広報誌における情報発信4回 	<ul style="list-style-type: none"> 実施した各事業への参加者は多く、理解度は高かった。 淀川区役所事業としての認知度は21.5%と伸び悩み、淀川区役所単独での啓発活動には限りがある結果となった。 	
	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	
	<ul style="list-style-type: none"> 出前講座、講演会参加者 742名に対しLGBTを理解できた割合:97.8% <p>①(i)</p> <ul style="list-style-type: none"> 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 	<ul style="list-style-type: none"> 先進的に実施してきた淀川区役所の役割は果たしつつ、今後は、大阪市の方針に基づいた取り組みに移行し、認知度の向上を図っていく。 	
自己評価	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)

重点的に取り組む主な経営課題

経営課題5

【区民のお役に立つ区役所】

めざすべき将来像（最終的なめざす状態）＜概ね10～20年を念頭に設定＞

- ・全区民が必要とする区政の情報入手できる環境にあり、区民の意見やニーズが区政運営に反映されている状態。

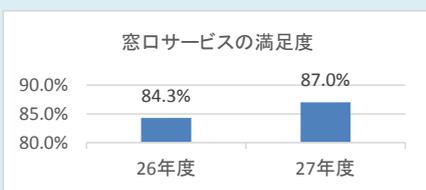
現状（課題設定の根拠となる現状・データ）

【平成27年度の区民アンケート調査】

項目	淀川区			大阪市平均		
	26年度	27年度	増減	26年度	27年度	増減
多様な意見やニーズが区役所に届いていると感じている割合	16.1%	26.5%	10.4%▲	19.2%	30.2%	11.0%▲
区政運営が計画段階から区民との対話や協働により進められていると感じている割合	9.9%	23.1%	13.2%▲	15.1%	29.0%	13.9%▲
区政運営について、多様な区民による評価が区に届いていると感じている割合	11.7%	17.6%	5.9%▲	15.9%	20.2%	4.3%▲
区の取組(施策・事業・イベントなど)に関する情報が伝えられていると感じる割合	25.4%	27.1%	1.7%▲	32.6%	30.8%	1.8%▼

【その他】

- ・区役所来庁者に対する窓口サービスにかかる民間事業者の覆面調査員による調査：評価は3.0点星一つ★（平成27年度）
- ・「窓口対応(サービス)全般について満足した」と回答した区民の割合：87%（平成27年度窓口サービスアンケート調査）（26年度…84%）



計画

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＞

- ・区民の意見が区役所に届いていると感じている区民が少ないのは、「広聴」や「ご意見を反映した区政運営」など区役所の取り組みが、区民に伝わっていないことが要因にある。
- ・区政会議またはその目的（計画段階から区民が参画し、区政運営を評価する仕組み）が十分に浸透していない。
- ・広報誌については、区役所からの情報発信により区民の様々な取組に関する情報が届いていると感じる区民の割合は、平成27年度の全戸配布への切り替えにより改善しているものの、依然市平均より低くなっている。これらから、区役所から発信している情報が区民のニーズを十分捉え切れていないものになっていると推測される。
- ・区役所来庁者に対する窓口サービスにかかる民間事業者の覆面調査員による調査での評価は星一つで民間の窓口サービスの平均的なレベルにあるが、その評価の分析から、個々の職員が窓口や電話で応対する際の基本的な所作の実施不足とともに、接遇の基本である区民に満足いただくことへの意識に差がある。
- ・窓口対応に満足している区民の割合は市政運営基本方針の目標80.0%を上回っている。

課題＜上記要因を解消するために必要なこと＞

- ・区民からの意見やその対応など広聴に対する様々な取組を広報媒体を活用して周知する必要がある。
- ・平成28年度より区民モニターを区民アンケートに切り替えたが、実施状況を勘案して効率的な実施方法を検討していく必要がある。
- ・区政会議とその位置づけを区民に広く認識してもらうためには、活発な議事運営に努めるとともに、内容や反映状況を効果的に周知する必要がある。
- ・平成28年4月発行の広報誌から、全戸配布の対象に事業所を加え、配布部数の拡充を図ってきたところであるが、市政・区政情報をより多くの区民に浸透するためには、区民が本当に必要とする情報を発信するとともに、その情報を興味深くより効果的に発信する必要がある。
- ・窓口業務は職員一人ひとりが来庁者の「来庁目的に対し満足していただく」という意識を持ち、接客に対する基本的な所作を習得・実施する必要がある。
- ・全職員が接遇研修で得たノウハウを維持・継続し、かつ当事者意識をもって接遇向上に向けた機運を醸成していくマネジメントが必要である。

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

- ・区民アンケートも予定通り実施して区民ニーズの把握に努めたほか、市民の声の回答日数も全所属の中で最短となった。今後も現状の取り組みを維持するとともに、電子アンケートシステムを活用して若年層の回答者数の増加を図る等、取組内容の改善を進めていく。
- ・計画通りに区政会議を開催し、広報誌やSNSを活用しながらその開催内容を広く周知した。市政改革プラン2.0(区政編)に掲げた目標も達成したが、区政運営における区民の参加、参画をより一層推進するために会議の運営をさらに工夫するとともにより効果的な会議運営に向けたPDCAを実施する。
- ・広報誌「よどマガ！」については、全戸配布により情報提供媒体としての認識は高まってきたと考えられる。ただ、各種アンケートでは、広報全体として区民に必要な情報が届いていないとの回答もあり、今後は、「よどマガ！」をきっかけに行動を起こせるようなニーズを把握した内容の充実を図るとともに、多様な媒体による情報発信をより一層進展させる必要がある。
- ・実地研修による接遇技術や改善の見える化(指数化)により窓口をはじめ業務の改善は図られたが、その改善を継続そして向上させていくには、広く浸透させるシステム作りが不可欠である。

めざす成果及び戦略 5-1 【区における住民主体の自治の実現】
 (市政改革プラン2.0(区政編)に基づく取組—改革の柱2 Ⅲ—ア・イ IV—ア①)

計画	めざす状態<概ね3~5年間を念頭に設定>		戦略<中期的な取組の方向性>		
	・区役所が、様々な機会を活用して、区民の意見やニーズを的確に把握するとともに、区の特長や地域実情に応じた施策・事業を展開できている状態 ・区役所が、区民に区政運営についての十分な情報を届け、理解を得ている状態		【意見やニーズの把握手法の多角化】 ・これまで区において実施してきた様々な取組を継続するとともに、他区・他都市の事例を参考にすることで、ニーズ把握の手法の多角化につなげる。 【区民に身近な総合行政の窓口としての機能の充実】 ・区民が抱える様々な課題に対して、その内容に応じて関係局と連携して、責任を持って対応するなど、インターフェイス機能を充実させるとともに、政策課題を解決するために区役所が中心となって関係局と連携する総合拠点機能を充実させる。 ・広聴の様々な取り組みを「よどマガ!」・「YODO-REPO」・SNSを利用し、周知する。また、区民ニーズのより正確な把握をめざして無作為抽出方式の区民アンケートを引き続き行うとともに、通常の広聴業務では汲み取れないようなニーズを収集できる手法を検討・実施していく。 ①区政会議の運営についての効果的なPDCAの実施 施策・事業の企画段階や事後だけではなく執行段階においても区政会議の委員の意見を聴取して必要に応じて反映するなど、区政会議の委員とより活発な意見交換を行う。 ②区政会議と地域活動協議会との連携 地域活動協議会からの推薦を受けた区政会議の委員を選定する。 ③区政会議における議論の充実と区民への浸透を図る。 (改定履歴あり)		
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		
	アウトカムの達成状況		前年度	個別 全体	
	・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 62.5% ・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 77.2%		33.20%	A B	A
	戦略の進捗状況	a	a:順調 b:順調でない		
		課題 ※有効性が「イ」の場合は必須		・区役所のどの部署(窓口)であっても、区民ニーズに適切・迅速な対応ができる職員の対応能力の向上が課題である。 今後の対応方向 ※有効性が「イ」の場合は必須 ・多様な区民ニーズに迅速・的確に対応するため、他所属における市民対応の事象・事案(職員庁内向け情報:市政企画室制作)を区役所職員全体で共有を行い職員のスキルアップをより一層めざす。	

具体的取組5-1-1

【多様な区民のニーズや情報の確かな把握】
 (市政改革プラン2.0(区政編)に基づく取組—改革の柱2 Ⅲ—イ)

27決算額 (5-2-1に含) 円 | 28予算額 (5-2-1に含) 円 | 29予算額 (5-2-1に含) 円

計画	取組内容		業績目標 (中間アウトカム)	
	・区民の幅広いニーズや行政への評価を把握し、適切に区政運営に反映するため、年3回の区民アンケートを実施するほか、区民ニーズをよりの確に把握できるような手法を検討・実施していく。 【計画】 ・1,500人を無作為抽出する区民アンケート:年3回以上実施 ・各種アンケートは結果を検証し「よどマガ!」で周知する。 ・アンケートについては、実施状況や内容等を勘案し、区民ニーズの把握に向けて最適な手法を検討し、随時修正していく。		・区役所が、様々な機会を通じて区民の意見やニーズを把握していると感じる区民の割合が29年度35% 【撤退基準】 上記目標が15%未満であれば取り組みを再構築する。 (改定履歴あり) 前年度までの実績 [平成27年度] ・区民モニターアンケート 2回実施 ・区民アンケート(1,400人无作為抽出) 1回実施 [平成28年度] ・区民アンケート(1,500人无作為抽出) 3回実施 ・区長とかたろう 37回実施	
中間振り返り	業績目標の達成状況		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		・9~10月に第1回のアンケートを実施し、その結果を広報誌で周知予定で順調に進捗している。 ・アンケートの実施については、区民ニーズの把握に向けて最適な手法を検討し、随時修正していく。	
	戦略に対する取組の有効性	-	○: 有効 ×: 有効でないため取組を見直す -: 中間アウトカム未設定(未測定)	
中期計画	取組実績		課題 ※左記に「②、③」、「×」がある場合は必須	
	・市民局が予定していたアンケートは方針により年度途中で実施しないこととなったが、区実施の区民アンケートは予定どおり実施し、区民ニーズの把握に努めた。 ・アンケート結果は「YODO-REPO」に掲載。 ・アンケートの回答方法について、より多くの回答を得るために従来からの紙回答に加えて、電子アンケートシステムによる回答を実施。		・区民アンケートについては、毎回1500名の回答依頼における回答率が約35%(約500名)と低く、特に40歳未満の回答率が低い。	
	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	
	・区役所が様々な機会を通じて区民の意見やニーズを把握していると感じる区民の割合(区民アンケート:36.8%)		① (i) ② (i) 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5-1-2

【市政の総合窓口としての区役所】
 (市政改革プラン2.0(区政編)に基づく取組—改革の柱2 IV—ア①)

27決算額 (5-2-1に含) 円 28予算額 (5-2-1に含) 円 29予算額 (5-2-1に含) 円

計画	取組内容		業績目標 (中間アウトカム)
	・市政の総合窓口としての実績として市民の声の対応内容等を規定の処理期限内(受付日翌日から原則14日以内)に回答するようマネジメントする。また、この結果を区民に周知する。 ・適切な所管部署への伝達が受付日から2開庁日以内にできなかった案件:年間5件以内 ・総合窓口としての実績として市民の声の対応内容や「区長とかたろう」の実施状況等を「YODO-REPO」等で周知:年間5回以上 (改定履歴あり)		・区役所が、相談や問い合わせ内容について適切に対応したと思う区民の割合:29年度 75% 【撤退基準】 ・上記目標が35%未満であれば取組を再構築する。 (改定履歴あり)
中間振り返り	業績目標の達成状況		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		・概ね予定通り進捗している。 ・市民の声を「YODO-REPO」等で9月までに3回掲載しており、今後も引き続き掲載をする予定である。 ・市民の声は、期限内に処理できており、引き続き進捗状況の管理を行っていく。
自己評価	戦略に対する取組の有効性		課題 ※左記に「②、③」、「×」がある場合は必須
	○: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)		・職員の窓口サービスは着実に向上はしており、市民の声の回答日数も全所属の中で最短となったが、これ以上の短縮余地があるかについては検討が必要。
自己評価	取組実績		改善策 ※左記に「②、③」、「×」がある場合は必須
	・区独自の回答期限の設定。また意見に対する市の考え方を作成しホームページに公表。 ・所管部署への伝達はすべて2開庁日以内に実施。 ・市民の声の対応を「YODO-REPO」に5回掲載。		・多様な区民ニーズに迅速・的確に対応するため、他所属における市民対応の事象・事案(職員庁内向け情報:市政企画室制作)を区役所職員全体で共有を行い職員のスキルアップをより一層めざす。
自己評価	業績目標の達成状況		① (i)
	・区役所が、相談や問い合わせ内容について適切に対応したと思う区民の割合(区民アンケート結果:77.2%)		
自己評価	戦略に対する取組の有効性		① (i)
	○: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

【区政会議の開催】

(市政改革プラン2.0(区政編)に基づく取組一改革の柱2 Ⅲ-ア)

27決算額 242千円 28予算額 681千円 29予算額 629千円

計画	取組内容	業績目標(中間アウトカム)
	<p>①区政会議の運営についての効果的なPDCAの実施 【区政会議委員とのより活発な意見交換】 ・より活発な意見交換に向け区政会議運営上の課題把握のためのアンケートを区政会議委員に対して実施する。 ・アンケート結果に基づき会議運営の改善を図るとともに、いただいた意見についての対応状況を区政会議において示す。 【区政会議での委員の意見の反映状況のフィードバック】 ・区政会議における意見への対応状況(予算への反映状況を含む)について、区政会議において説明する。</p> <p>②地域活動協議会からの推薦を受けた区政会議の委員を選定する。</p> <p>③淀川区区政会議の開催内容を広く区民に周知する。</p> <p>【計画】 ・議題に応じた事前の資料送付や説明会など計画的な開催 4回以上(部会を含む) ・会議内容の効果的な周知(広報誌「よどマガ!」:毎月掲載、SNSを活用した情報発信:毎月1回以上、全ての区政会議実施後「YODO-REPO」誌上に報告記事を掲載) ・委員から会議の活性化に向けた方策を募集(1回以上)</p>	<p>①区政会議において、各委員からの意見や要望、評価について、十分に区役所や委員との間で意見交換が行われていると感じている区政会議の委員の割合60%以上 ・適切なフィードバックが行われたと感じる区政会議の委員の割合60%以上</p> <p>②地域団体から選定する委員は、18名全員が地域活動協議会からの推薦を受けているという現在の状況を維持する。 【撤退基準】 ①上記目標が40%未満の場合は取り組みを再構築する。 ②地域団体から選定する委員全員が地域活動協議会からの推薦を受けている委員でなくなった場合は、取り組みを再構築する。 (改定履歴あり)</p> <p>前年度までの実績 [平成27年度] ・全体会議4回開催、部会3回 ・施策等に反映した取組12件 [平成28年度] ・区政会議3回、部会6回(各部会2回)開催 ・施策等に反映した取組13件 ・会議内容等の周知 ・広報誌「よどマガ!」に4回掲載 ・「YODO-REPO」に4回掲載 ・委員への会議案件募集2回 (改定履歴あり)</p>

中間評価	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>・区政会議を全体会議1回、各部会1回ずつ開催した。 ・広報誌「よどマガ!」毎月掲載、SNSを活用した情報発信を毎月1回以上、「YODO-REPO」誌上に記事を掲載した。 ・取組内容は、予定通り進捗しているため、引き続き進捗状況の管理を行っていく。</p>
	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)

四半評価	取組実績	課題 ※左記に「②、③」、「×」がある場合は必須	
	<p>・区政会議全体会議4回、部会6回(各部会2回)を開催するとともに必要に応じ説明会を開催し、資料の事前送付を実施 ・会議内容等の周知(広報誌「よどマガ!」に12回掲載、「YODO-REPO」に4回掲載、SNSを活用した情報発信を毎月実施) ・区政会議の活性化に向けた提案を区政委員を対象としたアンケートにより募集 ・区政会議委員を対象としたアンケートを実施し、アンケート結果から明らかになった課題の解消に向けて、資料や会議の運営を工夫した。</p>	<p>・計画どおりに取組を実施し、業績目標も達成したが、区政会議委員へのアンケート結果から、会議資料の多さ等明らかになった改善すべき内容について更なる対応が必要。</p>	
	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	
	<p>①区政会議において、各委員からの意見や要望、評価について、十分に区役所や委員との間で意見交換が行われていると感じている区政会議の委員の割合61.1% ・適切なフィードバックが行われたと感じる区政会議の委員の割合64.7% ②地域団体から選定する委員は、18名全員が地域活動協議会からの推薦を受けた。</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>① (i)</p> <p>・区政会議委員へのアンケート結果から明らかになった課題の改善に向け、資料や会議運営について工夫を講じ、区政会議の運営のさらなる充実に向け取り組んでいく。また、改選後の委員を対象としたアンケートを実施し、改善につなげていく。</p>	
	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 5-2 【区政情報等の発信力の強化】
(市政改革プラン2.0(区政編)改革の柱2IV-A-③)

計画	めざす状態<概ね3~5年間で念頭に設定>	戦略<中期的な取組の方向性>
	<ul style="list-style-type: none"> ・大多数の区民が市・区の施策・方針や事務事業について「知っている」「聞いたことがある」と答えられる状態 	<ul style="list-style-type: none"> ・区広報誌を情報の入口とし、ホームページへ誘導を行ったり、ツイッター、フェイスブック、LINEなどと連携させたりするなど、より効果的・魅力的な情報発信を行う。また、広報誌記事に関するニーズ把握を行い、広報誌の誌面・記事構成を随時修正し、ニーズにあった広報誌「よどマガ！」の発行を行う。 ・事業所も含め全区民に広報誌を行き渡るようにし、より多くの区民へ区政情報を届ける。 ・職員の広報マインドやスキルを向上させて広報人材の育成を行い、情報発信力を強化する。
	アウトカム<めざす状態を数値化した指標>	
	<ul style="list-style-type: none"> ・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:平成29年度までに60%以上 ・区の様々な取組(施策・事業・イベントなど)に関する情報が、区役所から届いていると感じる区民の割合:平成29年度までに30%(改定履歴あり) 	

自己評価	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	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	区役所から必要な時に必要な情報が届いていると感じる区民の割合は、目標値を上回ったものの、市平均よりも低い数値となっている。
	<ul style="list-style-type: none"> ・区民アンケートで、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:60.6% ・区の様々な取組(施策・事業・イベントなど)に関して、区役所から必要な時に必要な情報が届いていると感じる区民の割合:35.9% 	55.2% A 26.1% 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:順調 b:順調でない	

具体的取組5-2-1 【区民が必要とする情報の発信】
(市政改革プラン2.0(区政編)区政編 改革の柱1 II-A、イ)

27決算額 27,980千円 28予算額 35,643千円 29予算額 31,961千円

計画	取組内容	業績目標(中間アウトカム)
	<ul style="list-style-type: none"> ・区民が必要とする情報を確実に届けるとともに、日常生活や地域活動に役立つ内容の広報誌「よどマガ！」を発行(12回) ・様々な機会を捉え、掲載記事に対する区民ニーズの把握(3回以上) ・区政の「こんなことやっています・やりました」を発信する「YODO-REPO」の発行(6回以上) ・広報人材を育成し、情報発信力を強化するため、広報担当者向けの講座や研修を受講。また、区職員向けの広報研修を実施(1回) ・SNSなどのICTを活用した、地域住民への情報発信や対話を進める様々な取組を進め、区民同士または区民と行政がつながり、地域課題を市民協働で解決するきっかけづくりを行うとともに、地域活動への新たな担い手の参画につなぐ。 	<ul style="list-style-type: none"> ・広報誌、HPなどの情報により、区のイベント等への参加もしくは施策・事業等を利用したことがある区民の割合が60%以上 ・ICTを活用した区民との対話を促進する取組が新たに創出された件数:1件
	(改定履歴あり)	<ul style="list-style-type: none"> 【撤退基準】 ・上記目標が広報誌、HPなどの情報により、区のイベント等への参加もしくは施策・事業等を利用したことがある区民の割合が30%以下、またはICTを活用した区民との対話を促進する取組を新たに創出できなかった場合は取組を再構築する。(改定履歴あり)
		前年度までの実績
		<ul style="list-style-type: none"> [平成26年度] ・広報誌をA4版化して「よどマガ！」にリニューアル、読み物コーナー(よどじん等)新設。 ・SNSの情報発信(ツイッター3,610件、フェイスブック182件) ・「YODO-REPO」発行(10回) [平成27年度] ・広報誌を有人世帯を対象に全戸配布を開始。(27年5月号~) ・SNSの情報発信(ツイッター3,773件、フェイスブック204件) ・「YODO-REPO」発行(10回) [平成28年度] ・広報誌の全戸配布を事業所にも拡大。(平成28年4月号~) ・SNSの情報発信ツールとして、LINE@アカウントを取得。友達登録約3,600人。 ・「YODO-REPO」発行(6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
	<ul style="list-style-type: none"> 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 		<ul style="list-style-type: none"> ・各種イベントにおけるアンケート調査や区民アンケートにおいて測定予定。平成29年5月号の広報誌から、区内のスポットを紹介する記事を掲載し、区民に行動を促している。引き続き、事業の利用やイベントへの参加を促し、事業等に親しみをもてる記事を掲載していく必要がある。
	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
	<ul style="list-style-type: none"> ・広報誌「よどマガ」を12回発行、情報誌「YODO-REPO」を6回発行 ・広報誌に関するアンケート調査を4回実施 ・SNS発信件数(ツイッター2,595件、フェイスブック83件(H30年2月末現在)) ・各課広報担当者に対し、SNSの活用に関する研修を実施 ・ICTを活用した区民との対話を促進する取組として、ヨドネルキャラクター夢さんのLINEスタンプを作成し、販売した。 	<ul style="list-style-type: none"> ・目標は達成したが、区民に必要な情報をお届けできるよう、引き続き広報誌、HP、SNS等を効率的に利用した情報発信の強化が必要である。
	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
	<ul style="list-style-type: none"> ・広報誌、HPなどの情報により、区のイベント等への参加もしくは施策・事業等を利用したことがある区民の割合:61.3% ・ICTを活用した区民との対話を促進する取組が新たに創出された件数:1件 	<ul style="list-style-type: none"> ①(i) 多様化する区民ニーズの把握、研修等による広報人材の育成を図りながら、必要な情報を多様な媒体で区民にお届けできるよう、広報誌、HPやSNSの情報発信を強化していく。
	<ul style="list-style-type: none"> 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 5-3 【区民の視点に立った区役所づくり】

計画	めざす状態<概ね3～5年間を念頭に設定>	戦略<中期的な取組の方向性>
	<ul style="list-style-type: none"> 職員の活気と各課間の情報共有により、窓口サービスに満足している区民を増やす。 区役所が効果的・効率的に運営されるよう、様々な取組が進められ、区民がそのことを知っている状態。 	<ul style="list-style-type: none"> 「窓口サービスPT」を統合し組織した「業務カイゼンチーム」で窓口サービスの向上、業務の効果的・効率的な業務改善を検討する。 「区役所ダイエツ」の取組などにより、業務プロセスの改善や事務の集約化を実施する。また効果的なものは、区役所全体での展開を図る。その成果は区民に周知する。
	アウトカム<めざす状態を数値化した指標>	
	<ul style="list-style-type: none"> 区役所来庁者に対する窓口サービスにかかる民間事業者の覆面調査員による調査：平成29年度までに3.5点以上(★★以上) 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：平成29年度までに90%以上 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：平成29年度までに60%以上 	

中間評価	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
	<ul style="list-style-type: none"> 覆面調査員による調査結果：★★(3.7)口 対応が良いと感じた区民割合：83.5% 実情、特性に応じた取組を知る区民割合：60.6% 	★(3.4)	A	A
	戦略の進捗状況	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 ・引き続き、これまでの取り組みを継続することで更なるスキルアップを図る。

具体的取組5-3-1 【来庁者サービスの向上】
(市政改革プラン2.0(区政編)に基づく取組一改革の柱2 IV-A②)

計画	取組内容	27決算額	28予算額	29予算額
	<ul style="list-style-type: none"> 来庁者アンケート調査により窓口業務の対応がレベルアップしているかを確認、目標レベルに達していないと判断した場合は職員研修など必要な取組を実施する。(年1回以上) 接遇レベルの自発的に向上する仕組み(職員投票による接遇マイスター等)を創る。 業務カイゼンチーム(窓口ミシュラン分科会)を中心に減点ポイントに重点を置いた調査会社による研修内容が実践できているかを各フロアで各課で相互に現地調査を行うとともに各自セルフチェックシートにより具体把握をして改善指導を行う(年4回)。また、案内表示について、来庁者アンケートでの意見とともに判りやすい表示を日々検討する具体改善を行う。 	業績目標(中間アウトカム)		
		・区役所来庁者に対する窓口サービスにかか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：3.5点以上(★★以上) ・来庁者アンケートにおいてサービスに満足している来庁者の割合が85%以上 【撤退基準】 ・区役所来庁者に対する窓口サービスにかかる民間事業者の覆面調査員による調査で★なし、または、満足度70%未満の場合、取組を再構築する。 前年度までの実績 [平成28年度] ・アンケート調査(12月) ・平成27年度区役所来庁者に対する窓口サービスにかかる民間事業者の覆面調査結果に基づく研修実施(8～11月) ・わかりやすい統一感のある表示物の作成(11月)		

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		現在実施中の接遇研修の結果を踏まえ、10月以降に職員表彰で優れた接遇職員の顕彰や各課セルフチェックを行う予定。表示物は概ね良好であるが、3階待合スペースが狭隘であり改善を検討していく。
	戦略に対する取組の有効性	—	○：有効 ×：有効でないため取組を見直す —：中間アウトカム未設定(未測定)

中間振り返り	取組実績	課題 ※左記に「②、③」、「×」がある場合は必須	
	<ul style="list-style-type: none"> 外部講師による接遇研修(8～10月全職員対象)実施。 区長職員表彰にて優れた接遇対応職員を表彰。 各職員セルフチェックを各課管理者が再チェックした結果を業務カイゼンチームで共有。(5・11月) 表示などわかり易さへの来庁者アンケート実施(1月)。 	・人事異動による職員の入れ替わりがある中、習得した接遇技術を組織全体として維持・向上していくことが課題である。	
	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	
	<ul style="list-style-type: none"> 覆面調査員による調査結果：★★(3.7) 来庁者アンケートによるサービスに満足する区民の割合：85% 	①(i) 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5-3-2

【プロセスの改善や集約化による効果的・効率的な業務運営】

		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）				
	<ul style="list-style-type: none"> 「業務カイゼンチーム」により事務プロセスの改善・削減のため、業務の効果的・効率的な業務改善を検討するとともに即座に実行に移す組織運営を行う。 改善や効率化につながる提案を「淀川区ダイエツト作戦」と称し、職員からの提案を得ることにより、職場全体が改善を意識する風土を醸成する。 淀川区ダイエツト作戦による提案募集：上半期1回（以降随時） 業務カイゼンチームの会議：月1回開催 		<ul style="list-style-type: none"> 業務の効率化が図れたカイゼン提案の件数：15件以上 ムダ取り成功事例（庁内・他区）の庁内実施による業務改善：5件以上【撤退基準】 上記目標のそれぞれ3件未満、0件の場合は取組みを再構築する。 				
			前年度までの実績				
		[平成28年度]					
		・平成28年9月に実施した際の職員提案数70件					

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 9月時点で提案は50件であり、今後課長会で業務効率化の図れた提案を検証していく。				
	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)				

中期評価	取組実績		課題 ※左記に「②、③」、「×」がある場合は必須				
	<ul style="list-style-type: none"> 区役所ダイエツト：(7月実施、9・12月課長会検証) 業務カイゼンチーム会議：8回開催 		<ul style="list-style-type: none"> 「区役所ダイエツト」は平成26年度より実施してきたことにより企画提案数も減少しており職員アイデアも枯渇してきている。 				
	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				
	<ul style="list-style-type: none"> 業務効率化が図れた提案数：30件(2,712,276円) ムダ取り成功事例(庁内・他区)の庁内実施による業務改善：5件 		<ul style="list-style-type: none"> より提案しやすい手法を検討する。 				
		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					
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)				