

「新戦略」のアウトカム指標の検討について(案)

資料3

現行の「新戦略」におけるアウトカム指標

| | | |
|--------------------------------|--------------|--|
| ■「文化自由都市、大阪」になっていると思う府民の割合 (%) | 目標値66% (H24) | *総合指標は、個別指標の平均値 *将来的な最終目標値80% (H31目途) |
|--------------------------------|--------------|--|

| アウトカム項目 | 〔策定時〕 | H22 | H23 | H24 |
|---|-------------------------------------|-------------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| ■大阪が創造性を発揮し、チャレンジすることができる魅力的な都市になっていると思う府民の割合 (%) | 本計画策定後に把握 | 30.9% → 28.7% (H22.8) (H23.3) | 35.6% → ※ % (H23.7) (H24.2) | ※ % → ※ % (H24.7) (H25.2) |
| ■大阪の都市全体が活動・発表の場になっていると思う府民の割合 (%) | 本計画策定後に把握 | 26.9% → 23.0% (H22.8) (H23.3) | 30.0% → ※ % (H23.7) (H24.2) | ※ % → ※ % (H24.7) (H25.2) |
| ■将来の夢や目標をもっている子どもの割合 (%) 〔小学校、中学校、高等学校〕 | 小79.7% 中65.3% 高62.7% (H21) | 小82.4% 中68.6% 高65.0% (H22) | 小 ※ % 中 ※ % 高 ※ % (H23) | 小 ※ % 中 ※ % 高 ※ % (H24) |
| ■大阪が文化的に愛着・誇りを持てる都市であると思う府民の割合 (%) | 本計画策定後に把握 | 60.8% → 56.8% (H22.8) (H23.3) | 69.7% → ※ % (H23.7) (H24.2) | ※ % → ※ % (H24.7) (H25.2) |
| ■自分で住んでいる地域に愛着を感じている府民の割合 (%) | 71.4% (H21) | 67.4% (H22) | ※ % (H23) | ※ % (H24) |
| ■大阪が楽しいまちだと思っている人の割合 (%) | 44.5% (H21) | 42.0% (H22) | ※ % (H23) | ※ % (H24) |

アウトカムの設定・調査

アウトカム指標の設定 (検討案)

| | | |
|--------------------------------|--------------|--|
| ■「文化自由都市、大阪」になっていると思う府民の割合 (%) | 目標値66% (H24) | *総合指標は、個別指標の平均値 *将来的な最終目標値80% (H31目途) |
|--------------------------------|--------------|--|

| アウトカム項目 (検討案) | 〔策定時〕 | H22 | H23 | H24 |
|---|-------------------------------------|-------------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| ■大阪が創造性を発揮し、チャレンジすることができる魅力的な都市になっていると思う府民の割合 (%) | 本計画策定後に把握 | 30.9% → 28.7% (H22.8) (H23.3) | 35.6% → ※ % (H23.7) (H24.2) | ※ % → ※ % (H24.7) (H25.2) |
| <ul style="list-style-type: none"> ・公共空間など、作品の展示場所が十分に提供されている ・自主的な芸術文化活動のための場の提供が充実している ・文化に関する情報ネットワークが充実している ・府民がまちづくりに参加する仕組みが充実している ・芸術文化活動は都市の魅力づくりにつながる | — | — | 指標案の計 (H24.2) | 指標案の計 (H25.2) |
| ■大阪の都市全体が活動・発表の場になっていると思う府民の割合 (%) | 本計画策定後に把握 | 26.9% → 23.0% (H22.8) (H23.3) | 30.0% → ※ % (H23.7) (H24.2) | ※ % → ※ % (H24.7) (H25.2) |
| <ul style="list-style-type: none"> ・自主的な芸術文化活動のための場の提供が充実している 【再掲】 ・プロ、アマを問わず、自ら芸術的な活動、美術や工芸などを行っている ・文化に関する集団活動に参加するようになった ・大阪には、世界中からアーティストが集まってきている ・府内外から人々が集まり、芸術文化活動が活発になっている | — | — | 指標案の計 (H24.2) | 指標案の計 (H25.2) |
| ■将来の夢や目標をもっている子どもの割合 (%) 〔小学校、中学校、高等学校〕 | 小79.7% 中65.3% 高62.7% (H21) | 小82.4% 中68.6% 高65.0% (H22) | 小 ※ % 中 ※ % 高 ※ % (H23) | 小 ※ % 中 ※ % 高 ※ % (H24) |
| <ul style="list-style-type: none"> ・一流のアートなど、子どもの頃から本物の文化に触れる機会が充実している ・小・中学生、高校生が自ら発表できる場が十分に提供されている ・学校や稽古事など、子どもが芸術文化に関して何らかの活動をしている | — | — | 指標案の計 (H24.2) | 指標案の計 (H25.2) |
| ■大阪が文化的に愛着・誇りを持てる都市であると思う府民の割合 (%) | 本計画策定後に把握 | 60.8% → 56.8% (H22.8) (H23.3) | 69.7% → ※ % (H23.7) (H24.2) | ※ % → ※ % (H24.7) (H25.2) |
| <ul style="list-style-type: none"> ・大阪は、海外や他県等と芸術文化の交流が活発である ・地域の歴史文化を学べる機会が十分に提供されている ・大阪は、文楽、歌舞伎など伝統芸能が保存・継承され、鑑賞の機会が充実している ・この1年間に落語や浪曲など、上方演芸の鑑賞をしたことがある ・大阪は、芸術文化を活かした産業や観光振興などが活発である | — | — | 指標案の計 (H24.2) | 指標案の計 (H25.2) |
| ■自分で住んでいる地域に愛着を感じている府民の割合 (%) | 71.4% (H21) | 67.4% (H22) | ※ % (H23) | ※ % (H24) |
| <ul style="list-style-type: none"> ・身近な地域に、大阪らしい文化や伝統が根付いている ・地域の歴史文化を学べる機会が十分に提供されている 【再掲】 ・芸術文化を通じ都市の魅力がアップし、府内外から人々が集まっている ・文化財など、文化遺産の保存に関する取組みが充実している | — | — | 指標案の計 (H24.2) | 指標案の計 (H25.2) |
| ■大阪が楽しいまちだと思っている人の割合 (%) | 44.5% (H21) | 42.0% (H22) | ※ % (H23) | ※ % (H24) |
| <ul style="list-style-type: none"> ・この1年間に大阪で芸術鑑賞をしたことがある ・文化を支える活動に関心がある ・芸術文化を通じ都市の魅力がアップし、府内外から人々が集まっている 【再掲】 ・芸術文化は都市づくりに貢献している ・大阪は、芸術文化を活かした産業や観光振興などが活発である 【再掲】 | — | — | 指標案の計 (H24.2) | 指標案の計 (H25.2) |