

■ 目標値未達成の要因について

〔1〕

29年度の 成果測定指標	単位	29年度の目標値	29年度の実績値
近隣センター引継箇所数	箇所	4	1

未達成の要因と分析	<p>地元市と近隣センターの円滑な引継ぎに向けて協議・調整を進めているところであるが、近隣センター内の駐車場を引継ぐにあたり、地元市が議会の議決により承認を得て、近隣センター商店会において管理する方向で調整するとの方針を出し、若松台、晴美台、高倉台の一部の3箇所の近隣センターは、29年度中に引継ぐことができない状況となった。</p>
------------------	---

今後の改善方策	<p>平成30年度中に地元市議会の議決を得た後、順次地元市へ引継ぐ方向で調整する。</p>
----------------	---

〔2〕

29年度の 成果測定指標	単位	29年度の目標値	29年度の実績値
千里近隣センター内の駐車場の有料化	箇所	3	2

未達成の要因と分析	<p>当該年度は、津雲台・古江台・青山台の3箇所の近隣センター来客用駐車場の有料化を目標値に計上。 3箇所のうち青山台については、駐車場の管理を委ねている近隣センター管理組合との間で有料化に対する合意形成に至らなかったことから、目標達成とならなかった。</p>
------------------	--

今後の改善方策	<p>青山台近隣センター管理組合について、平成30年度は引続き合意形成に努めつつ、他の近隣センター来客用駐車場の有料化を進め、平成31年度の来客用駐車場の有料化を目指す。</p>
----------------	---

法人名

一般財団法人 大阪府タウン管理財団

■ 目標値未達成の要因について

〔3〕

29年度の 成果測定指標	単位	29年度の目標値	29年度の実績値
大阪北摂霊園墓所の 新規貸付数	区画	68	30

未達成の要因と分析	平成29年10月に永代使用料の値下げ（2割減額、既使用地はさらに2割減額）を実施し、新規広告媒体（大阪モノレール車内広告、北大阪急行駅貼りポスター等）を活用して周知を行ったが、新たに開設した合葬式墓地の広告宣伝を重点的に行ったため、一般墓所の新規貸付については、目標達成に至らなかったと考える。
-----------	---

今後の改善方策	大阪北摂霊園の周知を図るため、値下げ実施のPRをはじめ、より積極的なPRを実施するとともにお墓に対する意識等のセミナーを開催するなど、広告宣伝を充実させ、新規貸付者の増加を目指す。
---------	--