

主要事業マネジメントシート

部局名 府民文化部

事業名	水辺活性化事業費(水都大阪2015開催事業) / 担当室課 都市魅力創造局 魅力づくり推進課				
予算額	H24 ー 千円( ー 千円)	H26 13,000 千円( 13,000 千円)	実績	H24 ー 千円( ー 千円)	H25 ー 千円( ー 千円)
	H25 ー 千円( ー 千円)	H27要求 85,000 千円( 85,000 千円)		H25 ー 千円( ー 千円)	
事業の優先性	<input checked="" type="checkbox"/> 重点課題【知事重点分野】(項目名: 都市魅力の創造) <input checked="" type="checkbox"/> 成長戦略(項目名: 内外の集客力強化) <input type="checkbox"/> その他(項目名: )		<input checked="" type="checkbox"/> 人口減少関係(項目名: 都市・インフラ(都市魅力の向上)) <input type="checkbox"/> 新・地震防災アクションプラン(項目名: )		
事業選択	役割分担	行政としての役割 <input checked="" type="checkbox"/> 府の役割 <input type="checkbox"/> 国の役割 <input checked="" type="checkbox"/> 市町村の役割 (理由) 大阪都市魅力創造戦略で位置づけられた、2015年シンボルイヤーに、民間活力を導入した水都大阪2015に取り組むことにより、さらなる大阪の都市魅力、にぎわい創造の推進をめざすため、府・市が一体となりこれを支援	民間との役割分担	<input type="checkbox"/> 民間では実施不可(行政がすべき役割) <input checked="" type="checkbox"/> 民間で実施するためのインセンティブとして実施 <input checked="" type="checkbox"/> その他 (理由) 民間活力を導入した水都大阪2015の実施にあたり府・市がこれを支援	
	事業手法	大阪都市魅力創造戦略では、2015年を大阪のシンボルイヤーとしているとともに、その取組みの一つとして水都大阪2015を位置づけている。同戦略でめざすこととしている、世界の都市間競争に打ち勝つ都市魅力を創造・発信を図るためには、民間活力の導入にあわせ、府・市の強力な支援が必要			
	受益と負担	<input checked="" type="checkbox"/> 受益者負担あり(内容・水準: コンテンツの一部では参加料相当額を徴収する場合があります) <input type="checkbox"/> 受益者負担を求めない(理由: ) <input checked="" type="checkbox"/> 受益者負担になじまない			
	将来のリスク管理	単年度ごとの事業であり、将来リスクなし。			
	事業間調整	庁内での連携 水都大阪パートナーズが推進する水辺のまちづくり事業と連携 大坂の陣400年祭など、他のシンボルイヤー事業と連携 海外向けの集客等について、大阪観光局と連携			
	他事業との整合性等	他事業との重複なし。			
事業効果	目標・指標	(事業目標) 水都大阪2015及び2014プレ事業では、公募で選定された3つのプログラムをコア事業として展開する。 <<事業目標>> 水都大阪2015: 集客者数: 1,896,000人以上(水都大阪2009の集客者数以上) うちインバウンドでの集客者数: 2割(379,200人)以上 2014プレ事業: 8割以上の来場者が満足		(実績) インバウンド集客による、府市共通の「大阪の観光戦略」に掲げる「2020年外国人旅行者650万人達成」(2016年度目標: 450万人)への貢献及び「水の都」の復興に大きく寄与した“水都大阪2009”(平成21年度開催)と同等レベルの事業規模を民主導により実現することを、『水都大阪2015』全体の成果指標とする。	
				(コスト分析結果) H24(フルコスト) 千円 / (分析単位) = 千円 H25(フルコスト) 千円 / (分析単位) = 千円	
	コスト分析				
特記事項	<事業優先性や事業選択の判断に影響を与えるような事情が新たに発生した場合に記載>				

-目標に達しなかった場合の改善方策  
 2014プレ事業の終了後に評価委員会を開催。同委員会の評価及び意見を改善策として水都大阪2015の計画に反映させる。