東大阪市
まち・ひと・しごと創生総合戦略

平成 28 年３月

東大阪市

目　次

第１章　基本的な考え方 1
　１．策定の趣旨 1
　２．総合戦略の位置づけと期間 1
　３．総合戦略策定の基本方針 2

第２章　目指す本市の基本目標 5
　１．基本目標 5

第３章　具体的施策と評価指標 6
　基本目標１　産業振興により雇用を提供する 7
　　施策１　モノづくり企業の支援 7
　　施策２　雇用政策の推進 9
　基本目標２　人を呼び込む流れをつくる 10
　　施策１　新たな観光まちづくりの推進 10
　基本目標３　若い世代の結婚・出産・子育ての希望をかなえる 12
　　施策１　結婚支援 12
　　施策２　出産支援 13
　　施策３　子育て支援 14
　基本目標４　時代に合った地域をつくる 16
　　施策１　東大阪市版地域分権制度の確立 16

第４章　総合戦略の推進にあたって 18
　１．総合戦略の進捗管理 18
　２．総合戦略の推進 18

第１章　基本的な考え方

１．策定の趣旨

本格的な人口減少社会の到来に臨む我が国において、人口減少に歯止めをかけるとともに、東京圏への人口の過度の集中を是正することを目指し、平成 26 年に「まち・ひと・しごと創生法」が成立しました。ここでは、「国民一人ひとりが夢や希望を持ち、潤いのある豊かな生活を安心して営むことができる地域社会の形成」、「地域社会を担う個性豊かで多様な人材の確保」、「地域における魅力ある多様な就業の機会の創出」を一体的に推進することの重要性がうたわれ、国・地方自治体がまち・ひと・しごと創生に関する施策を総合的かつ計画的に実施するための「まち・ひと・しごと創生総合戦略」の策定について定められています。

すでに国においては、平成 26 年 12 月に「まち・ひと・しごと創生総合戦略」が閣議決定され、地方創生に関する施策の基本的方向性や具体的施策が示されています。また、大阪府においても平成 28 年２月に「大阪府まち・ひと・しごと創生総合戦略（案）」が公表されています。

東大阪市においても、人口減少は大きな課題となっており、平成 24 年の国立社会保障・人口問題研究所の推計をもとに試算すると、平成 22 年の国勢調査時点における 509,534 人から、平成 72 年には約 284,000 人へと、半数近く減少することが予想されています。中でも、若年層の人口が市全体の平均を上回り大きく減少することで、更なる高齢化が予想されています。

こうした本市の課題に対応し、持続可能な発展を見据えた「東大阪市まち・ひと・しごと創生総合戦略」（以下「本総合戦略」という）を策定し、着実に実行していくことで、市民が希望あふれる生活を営むことができるまちづくりに取り組んでいきます。

２．総合戦略の位置づけと期間

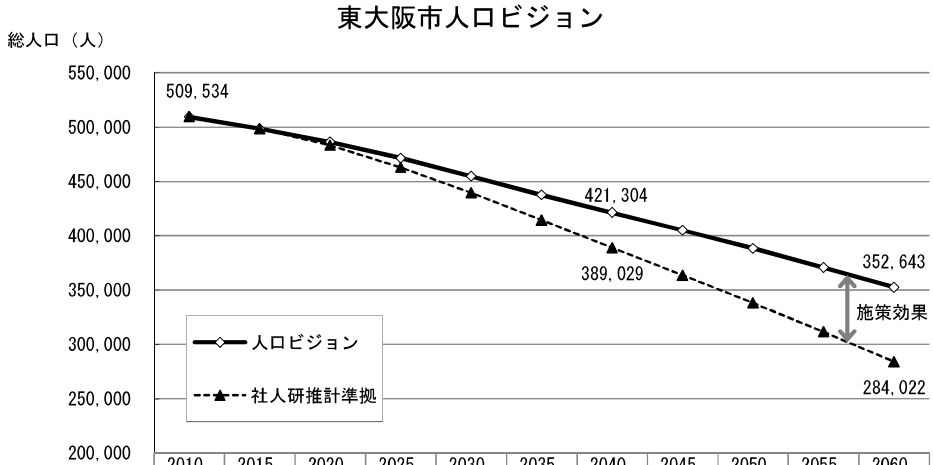
本総合戦略は、まち・ひと・しごと創生法第 10 条に規定する「市町村まち・ひと・しごと創生総合戦略」として策定しています。策定にあたっては、国・大阪府の「まち・ひと・しごと創生総合戦略」における基本目標や施策の方向性を踏まえるとともに、東大阪市第２次総合計画後期基本計画（平成 23 年～平成 32 年）と整合するものとしています。

本総合戦略の目標は、同時に策定する「東大阪市人口ビジョン」において示された、まちの将来像の実現に向けた取り組みを実施していくことであり、平成 27 年度から平成 31 年度までの５か年を計画期間として事業を実施していきます。なお、施策の進捗状況や本市における社会経済状況等を踏まえて、必要に応じて見直すものとします。

３．総合戦略策定の基本方針

（１）目指す将来像（人口ビジョン）

本総合戦略と同時に策定した東大阪市人口ビジョンでは、2040 年に約 42 万人、2060 年に約 35 万人の人口を維持することを掲げています。本総合戦略の推進により、合計特殊出生率の向上と転出超過の抑制を段階的に達成していくことで、目指す将来像としての人口ビジョンの達成を図ります。



	2010	2015	2020	2025	2030	2035	2040	2045	2050	2055	2060
人口ビジョン	509,534	498,664	486,392	471,440	454,794	437,641	421,304	404,962	388,396	370,704	352,643
社人研推計準拠	509,534	498,664	483,312	462,968	439,493	414,491	389,029	363,666	338,196	311,475	284,022

そのためには、まず、本市の存立基盤でもあるモノづくり企業の振興を図ることで、安定した雇用環境を提供することが必要です。多くの大学が立地し、学生が集まるまちの特徴を生かして、若者と市内企業とをつなぎ、地元での就職の拡大を図ります。

同時に、若者の結婚・出産の希望がかなう環境整備として、結婚支援施策の導入や、子育て支援のさらなる充実を図り、若者にとって魅力的なまちづくりを進めます。また、市民自らが地域の課題を共有しながらその解決に向けて合意を形成し、協働して自主的に地域を運営できる仕組みづくりを通じて、だれもが暮らしやすく住み続けたいと感じられるまちづくりを進め、定住人口の減少に歯止めをかけることを目指します。

一方、交流人口の視点からは、本市は、「中小企業のまち」、「大学のまち」として、昼間人口が夜間人口よりも多い活気あふれるまちであり、また、大阪、神戸、京都等の関西主要都市へ１時間以内に移動できる交通利便性の高い都市です。

今後、ラグビーワールドカップ 2019 の花園開催や大阪モノレールの延伸、新市民会館の建設等の事業も予定されており、さらに交流人口の増加が期待できる要素があります。このような機会を活かして、新たな観光まちづくり等を含め、産業の活性化に取り組みます。

人口減少や人口構成の変化が進む地域社会における課題は、多岐にわたってさまざまであ

り、その解決にあたっては、行政だけでなく、地域住民や地域の各種団体など多様な主体との協働が不可欠です。そこで、今後の地域のあり方についても、新しい公共を市民との協働のもと、創造していきます。

以上のような、本市の大きなポテンシャルを活かして、人、モノ、お金、情報等、都市を形づくるエネルギーを集め、市民とともに人口ビジョンを実現することにより、将来にわたって持続可能なまちを創造することを目指します。

（２）本総合戦略の性格

本総合戦略は、まち・ひと・しごと創生法第 10 条に規定する「市町村まち・ひと・しごと創生総合戦略」として策定しています。策定にあたっては、本市の計画体系の整合性を図るため、特に地方創生の取り組みとして新たに実施・拡充する施策、事業に絞った計画としています。

（３）評価指標の設定

総合戦略の策定にあたっては、施策の効果を数値によって客観的に検証できる指標（重要業績評価指標：ＫＰＩ）を設定し、ＰＤＣＡサイクルによる施策の推進が求められています。施策の実施による直接の成果物・事業量（アウトプット）ではなく、結果として地域にどのような便益がもたらされたか（アウトカム）を測定する指標の設定を原則とし、数値による計画の評価と見直しを重ねながら、実効性のある施策の推進を図ります。

（４）総合戦略策定・推進の体制

総合戦略の策定にあたり、本市では次の機関を設置し、全庁的な戦略の策定・推進体制を整備するとともに、有識者・関係団体等の意見を幅広く反映することで、市を挙げて総合戦略の推進に取り組みます。

①東大阪市まち・ひと・しごと創生総合戦略推進本部会議

総合戦略の策定、推進組織として、市長を本部長とする東大阪市まち・ひと・しごと創生総合戦略推進本部を置き、全庁的な推進体制を構築します。総合戦略の策定・見直しの最終決定機関となります。

②東大阪市まち・ひと・しごと創生総合戦略有識者懇談会

産官学金労言の各分野からの代表者の参加による有識者会議において、総合戦略の策定・推進に関する幅広い知見をいただくとともに、市と民間とが連携した施策の推進につなげます。

第２章　目指す本市の基本目標

１．基本目標

本総合戦略では次の４つの基本目標に基づいて施策を推進します。

基本目標１：産業振興により雇用を提供する

本市は中小製造業を中心としたモノづくりのまちであり、日本でも有数の企業集積を有しています。これらモノづくりをはじめとした中小企業の発展は、本市の都市経営の根幹をなすものであり、産業の振興は市行政の重要な課題の一つです。若者の地元就職の促進や女性の就労支援に取り組むことで、市内企業の活性化を図ります。

基本目標２：人を呼び込む流れをつくる

ラグビーワールドカップ 2019 の花園開催により、今後、外国人を含む多くの来訪者が予想されます。この機会を一過性のものにすることなく、産業の活性化や継続的なにぎわいの創出につなげるため、本市の誇れる地域資源を活かし、「住んでよし、訪れてよし」と感じるまちづくりに取り組みます。

基本目標３：若い世代の結婚・出産・子育ての希望をかなえる

人口減少と少子高齢化のさらなる進行に歯止めをかけるには、若い世代の結婚・出産・子育ての希望がかなう社会づくりが必要です。市民意識調査においても、若い世代の希望がかなえられることで、出生率の大幅な改善が見込めることが示されており、希望実現の阻害要因をいかに取り除くかが課題となります。若い世代の結婚・出産・子育てに関する希望を可能な限りかなえることで、出生率の向上を図り、活気あふれるまちの実現を目指します。

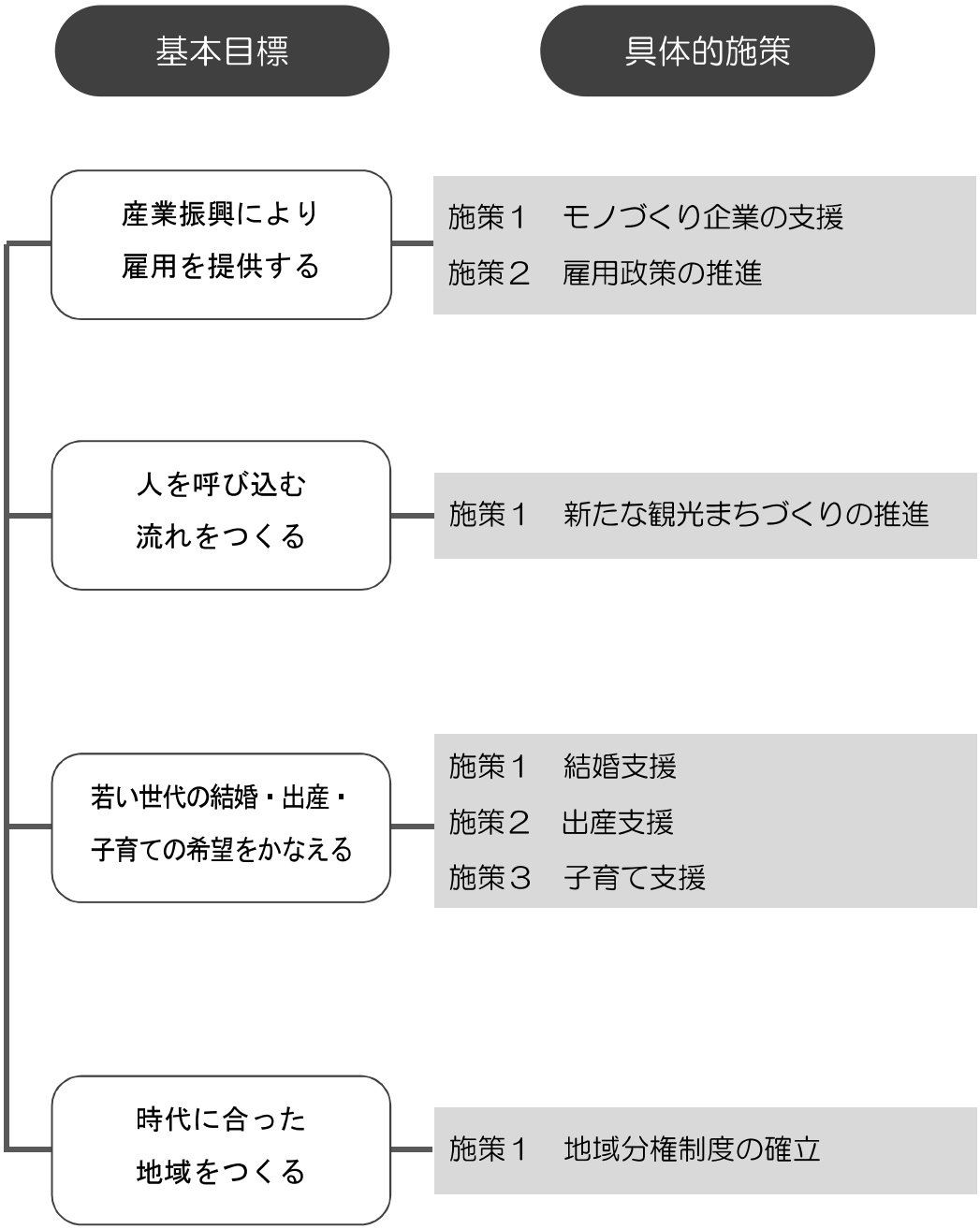
基本目標４：時代に合った地域をつくる

今後、一定規模の人口減少と人口構成の変化が起こる本市において、この変化に対応するためには、従来の行政の画一的な施策だけでは不十分です。「自らの地域は自らつくる」地域分権制度を確立することで、市民が、安心して、地域に愛着を持って暮らせるまちづくりを推進します。

第３章　具体的施策と評価指標

本総合戦略の期間における基本目標ごとの具体的な施策、取り組みの方向性、主な事業について、評価指標とともに示します。

◆東大阪市まち・ひと・しごと創生総合戦略施策体系図◆



基本目標 1

産業振興により雇用を提供する

産業の振興により、雇用の機会を創出するとともに、若者の地元就職の促進や女性の就労支援に取り組むことで、市内企業の活性化を図ります。

成果目標

指　標	目　標　値
市内企業の総従業者数	235,585 人　⇒　220,000 人 （平成 24 年）　（平成 31 年） （参考）平成 21 年：252,197 人

施策１　モノづくり企業の支援

モノづくり企業は、本市の地域経済を支える重要な存立基盤です。モノづくり企業の支援を実施することにより、産業を活性化させ、市民の雇用やまちのにぎわいを創出します。

◆評価指標◆

施策のＫＰＩ	目標値
新製品・新技術の開発支援件数	平成 31 年度までに延べ 40 件
従業員１人当たりの製造品出荷額等 （※従業者４人以上の事業所）	2,088 万円　⇒　2,200 万円 （平成 25 年）　（平成 31 年）

◆取り組みの方向性◆

① 市内企業の製品や技術について、市場での競争力向上のため、高付加価値化に向けた開発の取り組みを支援します。

② 市内企業の製品や技術について、広くアピールすることで、新たな販路を開拓し、取引拡大を目指します。

◆推進する主な事業◆

事業名（実施予定年度）	事業内容
高付加価値化促進事業 （平成 28 年度～平成 31 年度）	企業が単独もしくは２社以上共同で、または大学等と連携して新たな産業技術の研究や新製品の開発に向けた取り組みに対し補助金を交付します。その際、金融機関の協力も得ながら支援してまいります。
国内展示会等出展支援事業 （平成 27 年度～平成 31 年度）	国内市場の販路開拓のため、展示会等へ出展する企業の出展料を補助します。
海外バイヤーとの商談会事業 （平成 31 年度）	ラグビーワールドカップ 2019 の花園開催に伴い、海外から多くの観光客が本市を訪れる機会を活かし、商談会を開催します。
海外向けモノづくり企業ＰＲ冊子等の作成・配布 （平成 28 年度～平成 31 年度）	海外向けの市内製造業の優れた技術や製品を紹介する冊子等を作成し、販路拡大を支援します。

施策２　雇用政策の推進

本市は市内に４大学があり、若者の転入が目立つ一方で、20 代前半の転出者数は 10 代後半の転入者数を上回っています。また、市内中小企業においては、景気の回復期を迎えると、人材確保に苦慮し、必要な労働力の確保が出来ないことから、廃業を余儀なくされる企業も出てきています。そこで、市内の大学生と中小企業の雇用マッチングのための施策を実施するとともに、子育てが一段落した母親を対象とした就労支援に取り組み、働きやすいまちの実現に努めます。

◆評価指標◆

施策のＫＰＩ	目標値
学生の地元企業への就職数	平成 31 年度までに延べ 400 人

◆取り組みの方向性◆

① 学生の地元就職を推進することで、産業界の人材不足を解消するとともに、転出超過が目立つ若年層の定住を目指します。

② 就職から３年以内の離職が高い状況にあることから（H24 年３月大卒者 32.3%。出典：厚生労働省 web サイト）、就職段階でのきめ細やかな対応により、安定した就職につなげます。

◆推進する主な事業◆

事業名（実施予定年度）	事業内容
就労支援ワンストップ窓口の設置（平成 29 年度～平成 31 年度）	若者や女性を含む就職希望者に対して、職種等の希望を詳細に聞くとともに、カウンセリングを通じて、就職に必要な力を見極め、セミナーの受講などの就労支援を行います。
学生と製造業の若手従業員との交流会（平成 28 年度～平成 31 年度）	学生が市内の中小企業を訪問し、市内製造業の若手従業員と交流することで、人生において働く意義を考え、やり甲斐のある仕事の発見や就労意欲の向上に向けた支援を行います。
学生向けモノづくり企業のＰＲ冊子等の作成・配布（平成 28 年度～平成 31 年度）	学生に対し市内モノづくり企業の魅力や技術力などの情報を掲載したＰＲ冊子を配布することで、市内製造業への就職を促進します。

基本目標
2

人を呼び込む流れをつくる

ラグビーワールドカップ 2019 の花園開催により、今後、外国人を含む多くの来訪者が予想されます。この機会を一過性のものにすることなく、産業の活性化や継続的なにぎわいの創出につなげるため、本市の誇れる地域資源を活かし、「住んでよし、訪れてよし」と感じるまちづくりに取り組みます。

成果目標

指　標	目　標　値
新規イベント等の参加者数	平成 31 年度までに延べ 12 万人

施策１　新たな観光まちづくりの推進

本市が持つ地域資源（「ラグビーのまち」「モノづくりのまち」等）を生かした新たな観光振興を行うことで、交流人口の増加と地域経済の活性化を進めるとともに、市民の誇りの醸成を図ります。

◆評価指標◆

施策のＫＰＩ	目標値
着地型観光プログラムへの参加者数	平成 31 年度までに延べ 700 人

◆取り組みの方向性◆

① 行政、有識者、関係者等で「（仮）東大阪市観光振興計画」を策定し、観光まちづくりの推進主体としての中間支援組織（東大阪版ＤＭＯ※）を立ち上げ、地域が一体となった観光まちづくりを推進します。

※ DMO：Destination Marketing／Management Organization の略で、地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに地域への誇りと愛着を醸成する「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりの舵取り役として、多様な関係者と共同しながら、明確なコンセプトに基づいた観光地域づくりを実現するための戦略を策定するとともに、戦略を着実に実施するための調整機能を備えた法人

② 観光商品作りやプロモーションを行うとともに、来訪者受け入れのための環境整備を進めます。

③ 花園ラグビー場で、ラグビー以外のイベントも開催し、市内外からの来訪者の増加につなげます。

◆推進する主な事業◆

事業名（実施予定年度）	事業内容
新たな観光まちづくりの推進事業 （平成 27 年度～平成 31 年度）	「（仮）東大阪市観光振興計画」を策定し、東大阪版ＤＭＯを立ち上げるとともに、地域間連携による観光モデル事業等の実施を支援します。
来訪者の地域経済効果測定調査事業 （平成 28 年度～平成 29 年度）	本市の来訪者が地域経済に与える波及効果について、モデル設計、分析を行うことで、観光施策を立案、推進するための基礎データとします。
観光プロモーション事業 （平成 28 年度～平成 31 年度）	本市が持つ地域資源を生かして本市の魅力を最大限に伝え、集客につなげる観光プロモーションに取り組みます。
マーケティング調査事業 （平成 28 年度～平成 31 年度）	本市の国内外の来訪者の目的や属性等を分析し、ターゲットを明らかにして観光振興の取り組みに向けて活用します。
名産品開発事業 （平成 28 年度～平成 31 年度）	市内での消費効果を高めるため、本市の来訪者に訴求する魅力的な土産物開発、食の開発に取り組みます。
観光人材の育成事業 （平成 28 年度～平成 31 年度）	地域の観光振興を推進していくために必要となる人材を育成します。
公共サインの設置 （平成 28 年度～平成 31 年度）	市内の観光スポットまでの案内板について、デザインを一新し景観に配慮しながらも誘導につながるものとします。
音楽フェスティバルの開催 （平成 27 年度）	さだまさしの音楽コンサートを開催し、ラグビー観戦客以外の人にも花園の魅力を伝えます。
花園ラグビー場でのイベント開催 （平成 27 年度）	ラグビー観戦客以外の人にも花園ラグビー場とその周辺の施設の魅力を感じていただくため、若年層を中心に楽しめるイベントを開催します。
ラグビー場来訪者消費拡大システム構築 （平成 28 年度）	花園ラグビー場の観戦客に対して、試合後に東大阪市内の飲食店に誘導する仕組みを構築するアプリ開発を行います。

基本目標 3

若い世代の結婚・出産・子育ての希望をかなえる

人口減少と少子高齢化のさらなる進行に歯止めをかけるには、若い世代の結婚・出産・子育ての希望がかなう社会づくりが必要です。市民意識調査においても、若い世代の希望がかなえられることで、出生率の大幅な改善が見込めることが示されており、希望実現の阻害要因を取り除くことが課題となります。若い世代の結婚・出産・子育てに関する希望を可能な限りかなえることで、出生率の向上を図り、活気あふれるまちの実現を目指します。

成果目標

指　標	目　標　値
０～５歳人口	22,620 人　⇒　21,500 人 （平成 26 年度末）　（平成 31 年度末）

（住民基本台帳）

施策１　結婚支援

「結婚・出産・子育てに関するアンケート調査」（H27.8 実施）によると、結婚していない方で、独身でいる理由の 45%が「適当な相手にめぐり会わない」となっています。そこで、結婚を希望する人を対象として、「出会い」の場をつくる支援事業を実施します。

◆評価指標◆

施策のＫＰＩ	目標値
イベントでのカップル成立数	平成 31 年度までに延べ 40 組

◆取り組みの方向性◆

① 「結婚・出産・子育てに関するアンケート調査」では、結婚していない人の独身でいる理由としては、「適当な相手にめぐり会わない」が 45.0%となっており、出会いのきっかけを提供していくことで、結婚したい人の希望を叶えられるような取り組みを実施します。

◆推進する主な事業◆

事業名（実施予定年度）	事業内容
婚活イベント事業 （平成 28 年度～平成 31 年度）	結婚を希望しているものの、出会いがない人たちを対象とした婚活イベントを実施します。

施策２　出産支援

妊娠・出産・子育て期の支援として、先駆的にメール配信事業や、産後ケア事業等を実施しています。それに加えて、妊娠にいたるまでと、妊娠中や産後間もない時期にかかる負担と不安の軽減を図る事業をさらに拡充し、新たな施策を実施します。

◆評価指標◆

施策のＫＰＩ	目標値
産後１ヶ月健診受診率	100% （平成 31 年度）

◆取り組みの方向性◆

① 「結婚・出産・子育てに関するアンケート調査」によると、「実際にほしい子どもの数が理想とする子どもの数より少ない理由」として「妊娠から出産に費用がかかるから」という理由が 25.7%となっています。そこで、公費負担の額や対象を拡充することで、より出産しやすい環境を整えます。

② 不妊症や不育症についての情報を得る機会を設けることで、妊娠についての正しい理解を広め、子どもが欲しい人の希望をかなえられるような取り組みを実施します。

◆推進する主な事業◆

事業名（実施予定年度）	事業内容
妊産婦健診の公費負担の拡充 （平成 28 年度～平成 31 年度）	妊婦健診の公費負担額を増額するとともに、全額自己負担であった産後１ヶ月健診費用を助成します。
不妊症・不育症の啓発事業と相談体制の充実 （平成 28 年度～平成 31 年度）	特に、若年層や男性で認知度が低い不妊症・不育症について、講演会等の啓発活動を実施するとともに、職員の知識の向上と、相談技術のスキルアップを図ります。

施策３　子育て支援

保育所の待機児童の解消やご家庭で子育てされている方への支援施策の充実等、「東大阪市子ども・子育て支援事業計画」に基づく施策に加えて、子どもの出生直後からの子育てを応援します。

◆評価指標◆

施策のＫＰＩ	目標値
お試し券プレゼント事業でリフレッシュ型一時預かり保育の利用者数	平成 31 年度までに延べ 1,000 人

◆取り組みの方向性◆

① お子さまの出生をお祝いするとともに、出産直後から、子育ての応援メッセージを親御さんに届けることで、安心して、子育てを始めていただける環境をつくります。

② 「結婚・出産・子育てに関するアンケート調査」によると、親族や知人が近くに住み、子育ての援助を得る環境で生活することが、居住地を決める要因のひとつになっていることがうかがえます。また、身近に援助者が住むことで、安心して子育てができるとともに、親の孤立化を防ぐことにもつながるため、三世代近居を進める取り組みを実施します。

◆推進する主な事業◆

事業名（実施予定年度）	事業内容
出産記念品事業 （平成 29 年度～平成 31 年度）	生まれてきた赤ちゃんのために、お祝いとして出産記念品を進呈します。
リフレッシュ型一時預かり保育のお試し券プレゼント事業 （平成 30 年度～平成 31 年度）	出産したお母さんが、家事や子育てに疲れたときにリフレッシュしてもらえるよう、一時預かり保育のお試し券をプレゼントします。
三世代近居のため市内に住宅を購入する方に補助金を支給 （平成 29 年度～平成 31 年度）	親の近くに住むために市内に住宅を購入して、市外から転入する方に対して補助金を支給します。

基本目標
4

時代に合った地域をつくる

今後、一定規模の人口減少と人口構成の変化が起こる本市において、この変化に対応するためには、従来の行政の画一的な施策だけでは不十分です。「自らの地域は自らつくる」地域分権制度を確立することで、市民が、安心して、地域に愛着を持って暮らせるまちづくりを推進します。

成果目標

指　標	目　標　値
東大阪市への居住意向 （東大阪市版地域分権に関する調査研究のアンケートで「今の場所に住み続けたい」「市内の他の場所で住み続けたいと答えた人の割合」）	67.9%　⇒　80% （平成 24 年）　（平成 31 年）

施策１　東大阪市版地域分権制度の確立

少子・高齢、人口減少社会における地域課題は、医療、福祉、教育、雇用等多分野にわたって存在し、その解決にあたっては、分野横断的に多様な主体が関わり、新しい公共を創造していくことが必要です。地域住民や地域の各種団体など多様な主体により構成される自治組織が課題を共有しながらその解決に向けて地域の合意を形成し、協働して自主的に地域を運営できる仕組みづくりを進めていきます。また、市民の主体性を重視し、市民自らの選択により課題解決できる仕組みを確立していきます。

◆評価指標◆

施策のＫＰＩ	目標値
市民活動団体への助成事業数	171　⇒　300 （平成 26 年）　（平成 31 年）

◆取り組みの方向性◆

① 地域のまちづくりに思いのある人や実際に活動している団体などが、各々の活動内容を発表したり、まちづくりに関する意見を交換したりすることによって、相互理解を図り、協働を推進します。

② 市民自ら企画・提案し実施する事業に助成していくことで、わがまちとして愛着と誇りの持てる市民主体の魅力ある地域づくりを進めていきます。

③ 地域住民や地域の各種団体などで構成される自治組織が課題を共有しながら、地域の合意を形成し、協働して自主的に地域を運営できる仕組みとして「地域まちづくり協議会」を設置していきます。また、市民の主体性を重視し、市民自らの選択により課題解決できる活動を市政に反映する仕組みを確立していきます。

◆推進する主な事業◆

事業名（実施予定年度）	事業内容
まちづくり意見交換会事業 （平成 27 年度～平成 31 年度）	まちづくりに思いのある人や活動団体が一堂に会し、地域の活動や魅力を再認識し、意見交換を図ることで相互理解を図ります。
地域まちづくり活動助成事業 （平成 27 年度～平成 31 年度）	市民自らが企画・提案し実施する事業に対し助成していくことでまちづくり活動を活性化し、市民主体の魅力ある地域づくりを進めます。

第４章　総合戦略の推進にあたって

１．総合戦略の進捗管理

（１）策定機関における検証

本総合戦略において位置づけた各施策を着実に推進するために、東大阪市まち・ひと・しごと創生総合戦略推進本部会議及び東大阪市まち・ひと・しごと創生総合戦略有識者懇談会を引き続き設置し、幅広い意見を集約して施策の実施効果を検証し、必要に応じて見直しを行う体制を整備します。

（２）ＰＤＣＡサイクルの確立

各施策ごとに設定されたＫＰＩに基づき、施策の進捗状況と成果を検証します。計画策定（Plan）、実施（Do）、評価（Check）、見直し（Action）からなるＰＤＣＡサイクルを確立し、より実効的な本総合戦略の推進を図ります。検証の過程で進捗や成果が十分ではない施策については、その方向性や事業内容を分析し、必要に応じて改善、廃止等の措置を取ります。

また、国・大阪府の施策や社会状況の変化等に応じて、戦略の内容を見直すとともに、新しい取り組みやアイディアを常に取り入れられるよう、柔軟な進捗管理を行います。

２．総合戦略の推進

本総合戦略を、実効性をもって推進していくためには、市の現状についての問題意識や進むべき方向性について、行政だけでなく、市民、地域団体、民間事業所等を含む市全体で共有し、協働することが必要です。総合戦略の内容や目指すべき方向性、進捗状況等について、広く情報を公開し、市民理解を促進します。推進にあたっては、市行政だけではなく、住民や事業所等の幅広い参加・協力を得られるものであることを常に意識し、市全体で総合戦略の推進に取り組む環境づくりを進めます。

東大阪市まち・ひと・しごと創生総合戦略

平成２８年３月　発行

発行：東大阪市
編集：東大阪市　経営企画部　企画室
〒577-8521　東大阪市荒本北一丁目１番１号
TEL：06-4309-3101　FAX：06-4309-3826