

論文様式

[ふりがな]	なかじま まさと
[氏 名]	
中島 政人	

受験番号	※
------	---

(※欄は記入しないでください)

課題 現在の区行政の課題と、その解決策について (字数 2,000 字程度)

はじめに

大阪市においては、大阪府とともに、副首都にふさわしい都市にするための成長戦略が進められており、この成長の流れを加速させていき、大阪の更なる飛躍を実現することが、大阪の課題である。

そのなかで区政において、約3年半携わってきた経験をもとに、区行政の主要な課題、および解決策を、現在の担当区の実績を交えながら、以下に記させていただきます。

区行政の課題

1. 今後の高齢化・人口減少への対応

今後、大阪市の多くの地域では高齢化、人口減少が見込まれる。特に周辺区、なかでも大きな開発が予定されていない地域においては顕著である。そのような地域において、「この地域に住みたい。この地域で事業をしたい」という選択される取り組みが必要である。

2. さまざまな地域課題への対応

地域課題が多様化、複雑化するなかで、解決を図るには、多くの区民、団体、企業等と共に、知恵を出し合い、議論し、決定した方向には協働して取り組むことが必要である。

3. 広報のあり方

区民と行政との良い関係づくりにおいて、広報の意義は大きい。しかし、行政としては区民に伝えているものの、十分に伝わっていないことがある。十分に伝わるように、ターゲットに応じた情報媒体の選定、情報提供内容・方法等において、改善を図る必要がある。

課題に対する解決策

1. 積極的な意見交換による「官民共創」の推進

地域の様々な課題解決、まちの新たな魅力づくりにおいては、さまざまなアイデア、担い手が必要である。そのためには、行政の一方的な発想ではなく、官民共働で新たな価値を生み出す観点が不可欠である。また企業においては、社会的責任の観点だけでは持続することが困難となる場合があり、社会的課題解決が新たなビジネスを生み出すという視点を役所も理解したうえで、単なる官民連携ではなく、「ウィンウィンの

共創」に取り組む必要がある。

現在の担当区においては、「幸福」「健康」「環境」を主なテーマとして、「民民連携」「官民連携」により区内の社会的課題を解決し、「区民の満足度向上」「区の魅力度向上」に貢献する組織として、区内で事業を行っている企業を中心に「ウェルビーイング西淀川」という組織を立ち上げた。現在、「区内企業の健康経営推進」「区民のがんリテラシーの向上」「区内の新たな魅力づくり」等のプロジェクトに取り組んでいる。また、ウェルビーイング西淀川以外でも、企業との積極的な対話により、共創事業に取り組んでいる。

2. まちの魅力向上に取り組む枠組みづくり

人口減少、高齢化の進展が、今後、多くの地域の大きな問題となるなかで、「今後も住み続けたい」、「新たに住んでみたい」と思える方を増やすことができるよう、まちの魅力創出に取り組むことが必要である。区役所の役割として、まちの魅力向上に資する機会を探し出し、あるいは潜在化しているニーズを顕在化させることにより、多くの区民、団体、企業を巻き込み主体的に取り組んでいただける枠組みづくりが求められる。

現在の担当区においては、区民の地元への愛着心育成の点から、区民のアイデア（区政会議での要望・提案）、資金（区政推進基金を利用し、建築資材を購入）で、区民が宝と思っている緑道に憩いの場を設けた。また、設計・施行においては、共創事業として区内の建設専門学校に教育の一環として協力していただいた。令和5年春に完成し、当区の新たな魅力の場となっている。

また、顕在化する区民ニーズはなかったが、将来、高架化される駅の高架化を良い機会と捉え、高架下含めた駅周辺活性化によるまちづくりを、地域、企業等に呼びかけた。まずは、駅前の医療機関が当区役所との議論を重ねた結果、活動の中心となり、定期的に、催事を行うことで駅前の賑わいを創り出すことからスタートし、次第にさまざまな企業、団体等を巻き込み、展開規模は次第に大きくなりつつある。この動きは、医療機関と行政が連携して、まちづくりを進めるレアなケースとして、大手建設会社や大手広告代理店も注目している。

同時に、地域活動協議会、地域団体、地元の若手デザイナー、事業者を中心とした、まちづくり推進団体を発足させ、駅の高架化時点を当面のゴールとして地域の再開発に向けた議論を重ねるとともに、上記の医療機関やウェルビーイング西淀川参加企業との連携も深まりつつある。

3. 「伝える広報」から「伝わる広報」へ

広報は伝わって初めて意味があり、如何にすれば「伝わる広報となるか」という課題に真摯に向き合う姿勢が必要である。

そのうえで、ターゲットをしっかりと意識し、どのような媒体選定が望ましいか、どのような内容にすれば興味をもって読んでいただけるのか等を検討したうえでの発信が必要である。

現在の担当区においては、高齢者以外を対象とするものについては LINE を積極的に活用している。利便性向上の観点から、LINE で区役所発信の情報はすべて検索できるようにしている。また、区民視点から、読みやすい内容、仕様にすることに力を注いでいる。

一方、広報誌等の紙媒体については、単にイベント等の案内をするだけでなく、区民に理解いただきたい内容を、イラストやキャッチコピー等も活用し、容易に修得いただけることを考え、取り組んでいる。

4. 区民の声を活用したニア・イズ・ベターの徹底

区役所に寄せられる区民の声に対して、寄せられた意見への対応だけにとどまらず、ケースによっては、新たな視点の提供として区民の声を活用することが、大切である。

現在の担当区においては、全ての声が区長、副区長に届くようにするとともに、課長以上の会議において寄せられた声のうち、幅広い視点で活用できるものについては、意見を出し合い、さまざまな点から、検討を行っている。

また、局業務に寄せられた区民の声については、現場確認が必要なものは区役所で迅速に行い、安全・安心に関わるものについては、局と連携しスピード感をもった対応を心掛けている。

5. 人材育成・職場力向上

さまざまな課題に対する解決策を実行するには、人材育成、職場力向上は不可欠である。

事業の効率化、効能化を図るうえにおいて、マーケティング戦略の基本は身に付けておくことが望まれる。現在の担当区においては、課長、事業設計担当者、広報担当者等には OJT を通じて習得させている。

また、社会・経済が著しいスピードで変化するなかにおいて、「現状維持では区民満足度は低下する」ということを十分に意識させたいうえで、挑戦する意欲を持たせるように、区長がリーダーシップを発揮し、組織を変革させていくことが肝要である。

以 上