

令和 5 年度(2023 年度)第3回経営戦略会議の概要

議 題	・経営戦略について ・その他(市の施策について)
日 時	令和 6 年(2024 年)3 月 18 日(月) 16:00~17:15
場 所	豊中市役所 第一庁舎3階 第二応接室
出席者	菊池副市長、野村副市長、財務部長 経営改革専門委員(長内委員、野田委員、文委員、柳川委員)

<主な意見>

(今後の経営戦略について)

- ❁ 戦略の方向性を短期的に変更することは、サービス対象者の不公平感を生み出します。民間企業の営業戦略と比較しても、自治体の施策は効果が出るまでに期間を要するため、中長期的な視点で子育て世帯を中心とした投資を継続することがより望ましいと思います。
- ❁ サービス内容について、中長期的には現物給付でもサービスは行き渡ると思います。しかし、最初から現物給付のみを実施されても、市民は活用方法がわからないため、短期的には現金給付によるサポートも必要だと思います。子育ての社会化の実現には住民の意識改革が必要であり、長期的なサポートが必要です。意識の変革が浸透するまでは、現金給付などターゲットを絞った短期的で使いやすい投資を実施することも重要だと思います。
- ❁ 施策効果については、施策実施前後での差を具体的に検証するために定量データで分析をする必要があります。少子高齢化が全国的な課題となる中で、子育て世帯への投資は全国どこの自治体でも謳っています。他自治体と比較して豊中市が選ばれるためのブランディングが必要です。豊中市は従来住宅都市としてのイメージが完成されており、あとはそのブランドイメージをいかに戦略的に打ち出すかだと思います。また、自ら豊中市に貢献する意識を持てるような、担税力のある世帯にターゲットを絞り投資することが、市の税収を増やして安定的な財源を確保することにつながり、地域の発展・成長につながっていくと思います。
- ❁ 現在の取り組みに加えて、サービスの基盤部分にデジタルを普及させることで、働く世代が中心となる子育て世帯向けに、より効率的に行政サービスを提供できる仕組みを構築することも重要だと思います。当然、デジタルを不得手とする方々への対策も必要ですが、市が展開するアプリが総合的な機能を有していれば意向調査などのアンケートも適時実施でき、豊中市が選ばれた理由や、新た

なニーズ把握も容易に可能になると思います。

- ❁ デジタル分野の活用は非常に重要であり、投資も必要であると捉えていますが、この分野の投資は、他分野と比較して金額が大きくなる傾向があります。民間企業では投資コストを利益で回収できたことによって投資効果があったとみなすことができますが、自治体はそれができず、投資効果というものを数値で測りにくい点が課題になっています。
- ❁ 市内への PR は勿論ですが、市外への発信も必要です。メディア媒体を上手く活用することで広告費の抑制にもつながります。豊中市は文教都市のイメージに加え防犯面や治安面でも評価が高いので、子育て分野に加えこのような分野に投資し、突き抜けた PR を行うことが必要なのではないでしょうか。他にもワーキングスペースなど市民以外の方でも使用できるスペースを設けることで市外の方とのつながりを促進することも重要だと思います。
- ❁ 働く親世代は、子どもの放課後の教育が難しい状況にあります。子どもの居場所を用意するだけではなく、子どもの自己肯定感を上げるような施策の補助も検討してみたいかがでしょうか。放課後子どもクラブの中などで、運動や勉強など自分に自信を持てる土壌を作ってあげることも必要だと思います。
- ❁ 他市と比較した豊中市だけのオリジナルの取組みは何なのか、そこをわかりやすく魅せる広報戦略が重要です。広報用の PR ビデオや Tiktok などを活用し意図的な露出をすることで市の取組が浸透していくのではないのでしょうか。一定の批判はやむを得ませんが、的を得た発信であればそれ以上の評価は得られるはずです。
- ❁ 市としては共働き世帯を応援したいと考えています。これらの世帯が将来の見込みを立てやすくするにはどうすればよいかが悩ましい点です。

(財源の創出方法について)

- ❁ 子育てしやすさ NO.1 プロジェクトの財源を創出するには既存事業を見直す必要もあると考えます。利用率の低い事業、費用対効果が低い事業をやめる、民営化した方がより効果があり、効率的に運用できるのであれば民営化するのも手段の一つです。例えば、豊田市では市民病院を持っておらず、トヨタ自動車が企業立病院として運営しています。
- ❁ 寄附文化を醸成させるのは非常に重要ですが、寄附は元来『誰かのために』『何かのために』行うものです。地方の自治体では農産物がキラコンテンツとなっていますが、豊中市でもそういうものを創り上げるのはどうでしょうか。他にも寄附をすることによって市の経営に携われるなど、そういう仕組みを考えてみるのもよいのではないのでしょうか。

(人材戦略・採用活動で工夫しているについて)

- ❁ 採用に関し、弊社のビジョンは明確に示しています。当社であれば『解決したい社会課題、それについての思いを共有し、ともに活動できる人材を探している』という表現をしており、その理念に共感した方が受けてくれています。代表や社員との距離が近いと伝われば、親しみが湧くのではないのでしょうか。
- ❁ 学生の就職に対する考えも変わってきており『どのような挑戦ができるか』や『働き方改革の進捗』などに関心のある学生が増えています。学生の意向をリサーチするためにも会社説明会を積極的に実施し『あの人と一緒に働きたい』と思えるような人材を説明会に派遣することも重要ではないのでしょうか。
- ❁ 面接には、就活生と年齢の近い若手職員や、率直に社風を伝えられる人と話す機会があれば、より理解してもらいやすいのではないのでしょうか。
- ❁ 公務員という職業で学生に人気があるのは『まちづくり』ですが、市の仕事はすべてまちづくりです。縁の下の力持ちというイメージではなく、まちづくりの魅力を伝えられるような広報や、年齢の近い人が楽しく働いているところを PR するのもよいのではないのでしょうか。