

意識改革

～組織活性化の一丁目一番地～

職員課 人材育成担当課長 石橋 一彦

背景

○ 新区役所完成・移転予定の2024年春をDX元年とすべく、これまでハード・ソフト両面で準備を進めてきた。

- ・ペーパーレス
- ・RPA
- ・WEB会議
- ・業務用チャット
- ・テレワークシステム
- ・統合型GIS

○ DXの推進と合わせて、職員の働き方（ワークライフバランス）や、仕事の仕方（政策形成のあり方）を変えていく。

→ 変えるためには、職員の意識改革が必要となる。

誰の、何の意識を、どう変えるのか？

管理職の
意識を変える



不可能、~~無駄~~、無関係

- どうすればできるか
- どうすれば効果があがるか
- どう主体性を発揮し、どう協力するか

意識改革の目的

○ 仕事の進め方を変える

- ・ 働き方を変える
- ・ 仕事の仕方（業務プロセス）、制度を変える

○ 仕事の考え方を変える

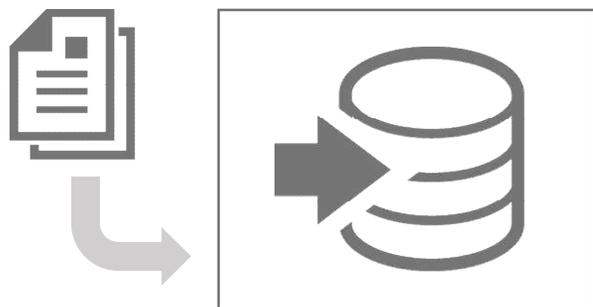
- ・ 思考プロセスを変える

→ 構造改革（行財政改革、組織・人事の合理化）につなげる。

仕事の進め方を変える

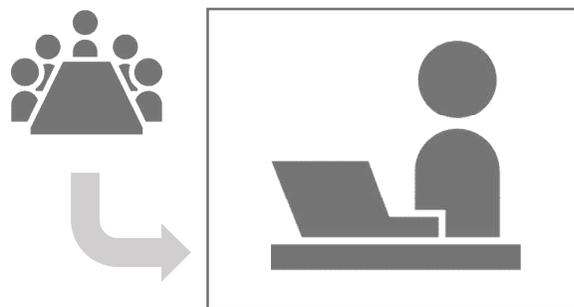
○ 働き方を変える、仕事の仕方（業務プロセス）、制度を変える

ペーパーレス
の実現



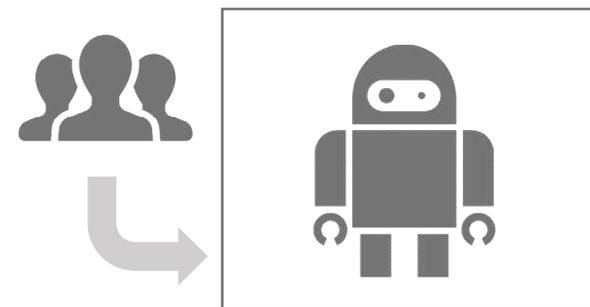
- 情報管理の強化
- 申請・手続の簡略化

テレワークの推進
(在宅勤務、モバイルワーク)



- 多様な働き方
- 危機管理体制の強化

AI、RPA
の導入拡大

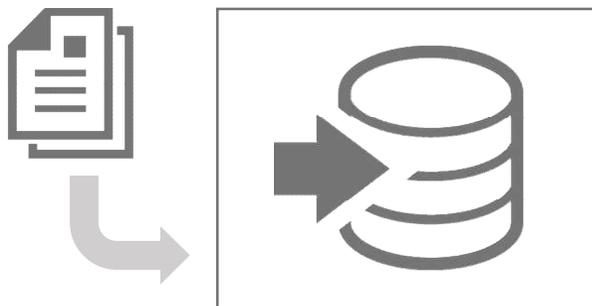


- 業務効率化

仕事の**考え方**を変える

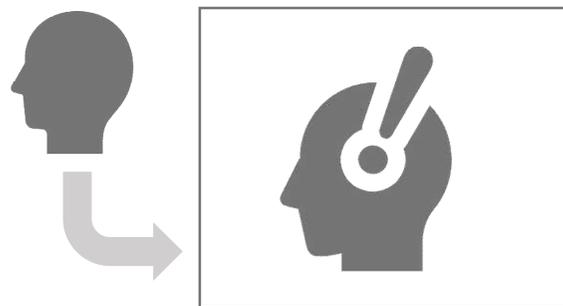
○ 思考プロセスを変える

統合型GISの活用



- 情報発信の強化
- 来庁手続の減少

マーケティング思考 人材の育成



- 論拠に基づく政策立案(EBPM)
- 利用者視点の業務改善

マーケティング思考人材育成の必要性

- 行政におけるマーケティング思考とは、
区民価値（公共の福祉）向上の仕組みづくりとなる政策を、
科学的なアプローチ・プロセスで、構築、実践、検証していく思考方法、
仕事の進め方である。
 - その一連のプロセスにおいて、一般的なマーケティング理論を活用していくこと
となる。
 - 具体的には、内部環境や外部環境の分析を行いながら、
誰に、何を、どのように施策を展開するのかといった「戦略」、
具体的なサービス内容・コスト・プロモーションといった「戦術」を検討し、
それを実践するとともに効果を検証していく。
 - その際には、客観的事実・数値の活用や分析を伴うEBPMの観点が必要となる。
 - これを組織として仕組み化し、職員個人の思考・行動レベルまで浸透させるため、
人材育成の基礎に据えていく。
- これにより、施策の成功確率や修正能力を高めるとともに、
投資に対する判断や説明の客観性を高めていく。

意識改革の継続

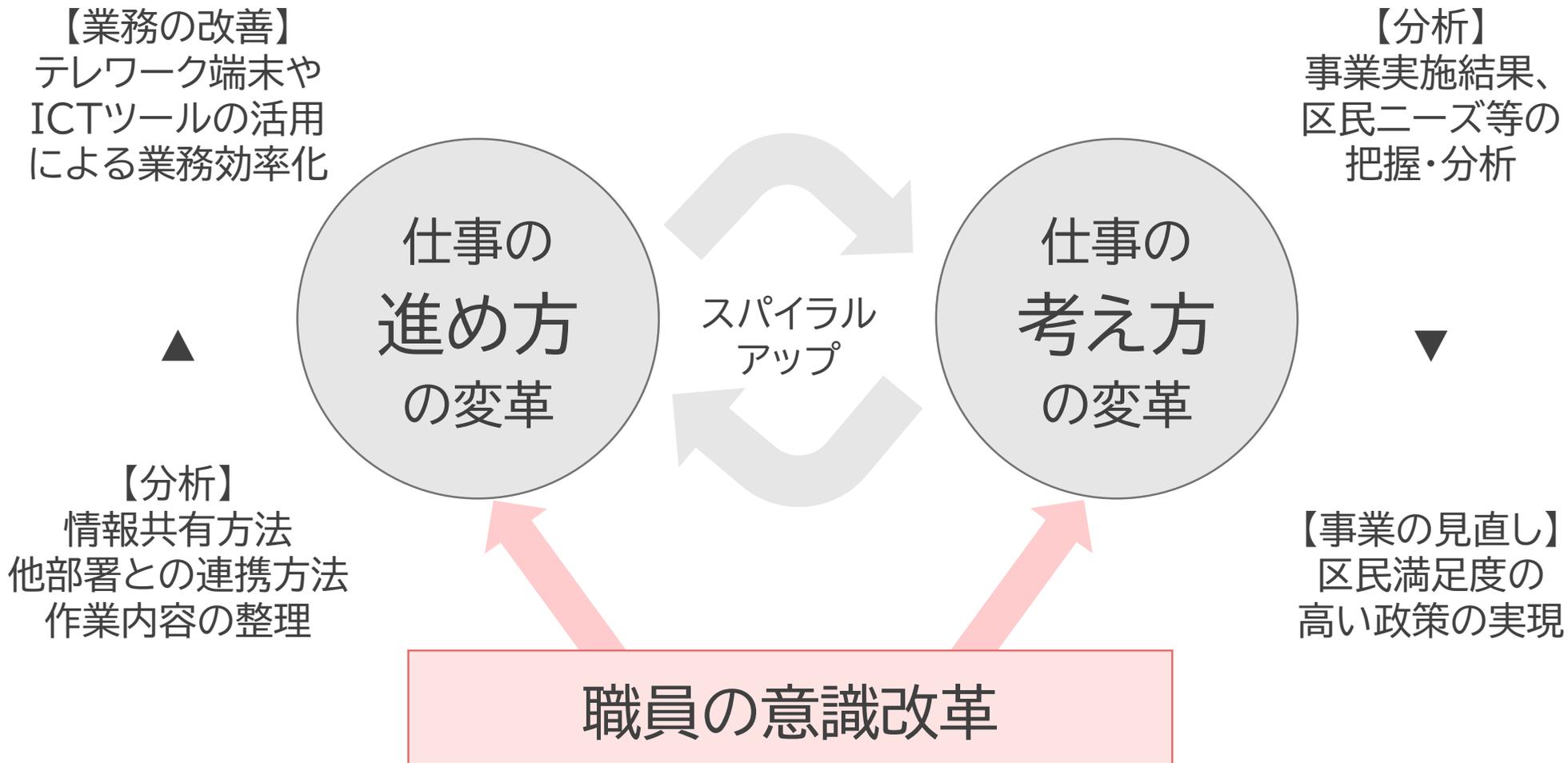
○ 意識改革は終わりのない取組

→ 仕事の「進め方」と「考え方」の変革を繰り返し行い、
段階的・継続的に施策の改善と向上（スパイラルアップ）を
図っていく

→ 区民のニーズに応える政策づくりへ

○ そのために、ICTのスキルとリテラシーの向上のみならず、 前例にとらわれず、地域に飛び出し、ニーズを捉え、 改善を続けていく職員の「意識」を組織全体で醸成していく。

意識改革の継続（政策課題への応用）



- ICTツールのスキル・リテラシーの向上
- AI・RPAなどを活用した業務の改善
- 区民ニーズの把握・分析による事業の見直し