

## 【柱6:けいえい】

住民の愛着の形成、知名度の向上等による経営資源の獲得などを目指し、シティプロモーションを進めます。また、財政が厳しくなる中、自律的で持続可能な行財政運営に挑み続け、あらゆる主体との連携と協働のもと、市が有する資源を最大限に活用した都市経営を進めていきます。

### ■ 分野別の達成状況

施策の達成状況をみると「パートナーシップ」「組織基盤の確立」が3点で最も高く、「市民の利便性向上」「健全な行財政運営」が2.67点で最も低くなっています。

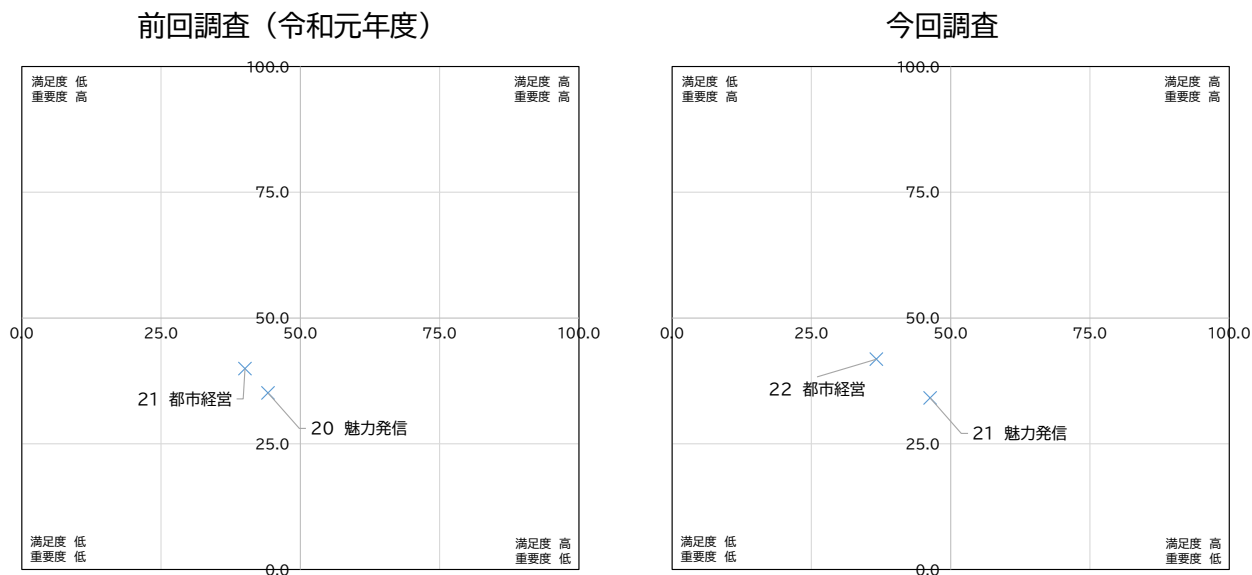
分野	5年後の目標	施策	R7達成見込
分野21 魅力発信	「住みたい 住みつづきたい 悠久の都 長岡京」としてまちのイメージが広く知られている。	1. シティプロモーションの推進	2.8点
分野22 都市経営	挑戦する基礎自治体として、市民の信頼が厚く、対話に基づいた自律的で持続可能な行財政運営を行っている。	1. パートナーシップ	3点
		2. 市民の利便性向上	2.67点
		3. 健全な行財政運営	2.67点
		4. 組織基盤の確立	3点

※ 達成状況は実施計画事業ごとの目標の達成状況について、「達成」3点「8割程度」2点「5割程度」1点「2割以下」0点、として加し、その平均を施策の点数として算定。

### ■ 分野別の満足度と重要度（市民アンケート調査結果）

満足度・重要度のプロットをみると、「都市経営」「魅力発信」ともに重要度、満足度がともに平均よりも低くなっています。前回調査と比較して、各分野の相対的な位置は変化ありません。

《満足度・重要度のプロット比較》



※ 前回調査との比較のため、重要度、満足度のそれぞれの加重平均の平均値を 50 として、各政策分野の加重平均値を置き換えている。

■ 施策評価

【分野 21 魅力、発信】

施策	施策 1 シティプロモーションの推進			
5 年後の目標	都市ブランドコンセプトを行政・市民・団体・企業等で共有し、一丸となって“住みたい 住みつけたい” 長岡京市の魅力を発信している。			
実施計画事業	<p>① シティプロモーション推進事業</p> <p>令和 4 年度の市政 50 周年事業では、副業・兼業人材プロデューサーを活用して開催し、今後のプロモーションに繋げました。市民ライター養成講座を継続し、市民ライターによる「SENSE NAGAOKAKYO」での情報発信の強化や Instagram のフォロワー数を増加させ、フォロワー 1 万人達成記念イベント「茶房 SENSE」を開催しました。</p> <p>② ふるさと納税を活用した市の魅力発信事業</p> <p>ふるさと納税ポータルサイトを拡充し、寄附件数・金額が大幅に増加しました。</p> <p>③ 長岡京ガラシャ祭（市民まつり）開催支援事業</p> <p>長岡京ガラシャ祭は令和 3～4 年度コロナ禍で制限があったものの、YouTube や SNS を活用して開催し、令和 5 年度は制限のない開催で、子ども甲冑隊やコスチュームパレードなど新たな企画の実施により、約 65,000 人が来訪しました。市公式 LINE と連携してパンフレットのデジタル化を進め、紙パンフレットを 1 万 5 千部削減し、新たな基盤を構築しました。</p>			
市民意見 (アンケート調査等)	<ul style="list-style-type: none"><li>・ まちの PR を SNS で市以外へ発信。</li><li>・ 地域の農作物や観光情報を発信する拠点を つくる。</li><li>・ 都市部近郊の緑豊かな環境を活かし、市民が弁当を広げてくつろげるような開放的な公園の整備を進めてほしい。【関連：都市緑化と水辺環境整備】</li><li>・ 長岡京としての特徴が薄く住民にとって誇れるような『核』がない。長岡天満宮に頼るのではなく、独特色がほしい。</li><li>・ 長岡京ブランドは価値のわりに認知度が低いと思う。インバウンドの誘致なども必要。</li></ul>			

## 【分野 22 都市経営】

施策	施策 1 パートナーシップ	施策 2 市民の利便性向上	施策 3 健全な行財政運営	施策 4 組織基盤の確立
5年後の目標	対話を通じて、多様な主体が自律的にまちづくりに参画している。広域的な連携のもと、充実した行政サービスが提供されている。	行政手続きにおける市民の負担が軽減され、誰もが分かりやすく利用しやすい環境のもと、行政サービスを享受している。	健全な財政運営と市有財産の有効活用により、持続可能かつ弾力的な都市経営が行われている。	市民ニーズや社会情勢に対応した市役所組織体制が整備され、機能的に運用されている。
実施計画事業	<p>① 市長と語る対話のわ事業</p> <p>「市長と語る対話のわ」をコロナ対策を講じた上で、各年度 20 回程度、市広報紙を活用した「対話ウィーク」を各年 4 回開催しました。令和 4 年度からは市公式 LINE での周知や投稿フォームの URL 提供を開始し、意見投稿者が増加しました。令和 5 年度は実施時期やテーマ設定を柔軟に行ったことで、市民や団体との対話機会を創出し、市の現状や課題を共有しました。</p> <p>② 市民公募委員推進事業</p> <p>審議会等に市民公募委員を推進しました。令和 3 年度は 27 の審議会で公募委員が採用され、令和 4～5 年度は 28 の審議会で採用率 100%を達成しました。市民参画登録名簿を庁内インフォメーションで周知し、その活用により委員を選出しました。ワークショップへの市民参加も推進し、市民の意見を積極的に取り入れました。</p> <p>③ 自治振興条例の制定（R4 末廃止）</p> <p>条例の制定に向け、令和 3 年度から市民ワークショップ「自分ごと化会議」（仮称）自治振興条例検討委員会、（仮称）自治振興条例意見交換会を開催し、条例の素案を作成しました。素案を受け、令和 5 年 1 月 1 日に「長岡京市助け合いとつながりのまちづくり条例」が施行されました。</p>	<p>① 行政手続の利便性向上事業</p> <p>令和 3 年度に証明書交付手数料の電子マネー・クレジットカード決済を導入するとともに、市公式 LINE 等を利用したオンライン手続を開始しました。令和 4 年度には新庁舎で窓口申請支援システムを導入し、オンライン決済機能の拡充を検討しました。令和 5 年度には市公式 LINE での粗大ごみ収集予約にキャッシュレス決済を追加し、マイナポータルを活用したオンライン手続ができるようになりました。</p> <p>② 市民との情報コミュニケーション充実事業</p> <p>広報紙を年間 12 回発行し、市民ライターを起用した連載記事の掲載を継続しました。SNS や FM おとくにて積極的に情報発信を行うことで、ホームページへの誘導を図りました。市公式 LINE は、情報取得や各種手続きがスマートフォンでできることから、市民の利便性向上に寄与しており、お友だち登録数が着実に増加しています。令和 3 年度 39,538 人、令和 4 年度 81,147 人、令和 5 年度 90,298 人となっています。</p>	<p>① 財政の安定化の推進事業</p> <p>新庁舎建設や公的病院の移転支援、小学校再整備等の投資的事業を実施する中で、後年度負担の平準化と適正な投資規模の検討など、見通しをもった財政運営に取り組んでいます。適切に財政調整基金の取り崩しや積立てをし、基金残高の維持に努めました。地方債は有利な借入を優先し、将来の財政負担を軽減しました。令和 5 年度は基金残高の減少と地方債残高の増加により、将来負担率が 17.4%に上昇しました。</p> <p>② 公営企業会計事業（上下水道事業）経営の適正化事業</p> <p>上下水道事業は、令和 3 年度に下水道使用料を引き上げ、水道事業の経常収支比率は 101.52%、下水道事業の経費回収率は 89.67%となっています。令和 4 年度は収益の減少、物価高騰の影響を受けつつも、経費削減に努め、水道事業の経常収支比率は 99.15%、下水道事業の経費回収率は 99.09%に改善しました。令和 5 年度は、会社工場用に起因する給水収益の増加と経費削減により、水道事業の経常収支比率は 102.2%、下水道事業の経費回収率は 99.17%となっています。</p>	<p>① 職員の確保と育成</p> <p>各年度で新任主査や中級職員向けの階層別研修、DX やメンタルヘルス、市民参画協働等の集合研修を実施し、職員の能力向上を図りました。人事評価を通じて職員の目標管理を支援し、評価者面談や研修を実施しました。職員定数については、定員管理計画の定数を確保した運用を行いました。</p> <p>② N I C Eシステム総括管理事業</p> <p>基幹系システムのセキュリティ強化に努めました。各年度でウイルス対策ソフトの更新、データバックアップ、操作ログの監視を実施し、国のセキュリティポリシー改正に伴い市のポリシーも改正しました。全職員を対象とした e-ラーニング研修やセキュリティ監査を行い、IT リテラシーの向上とセキュリティの適切な運用を確認しました。セキュリティ監査の結果、軽微な指摘事項はあったものの概ね適切に運用されていました。</p>
市民意見 (アンケート調査等)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 議会の議題がわかりにくいので、背景、議題、可決のメリット・懸念点、をまとめて配信してほしい。経緯がわからなければ議員や首長の主張に対して適切な評価が行えない。可能なら YouTube でノーカット配信するなど SNS を使用した公開を検討してほしい。広報誌などの文字だけでは情報が少ない。【関連：市民の利便性向上】</li> <li>・ 市民の声が届く気がしない。そのような機会があるのかも不明。【関連：市民の利便性向上】</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 今回のアンケートのように市民の声をこのように聞いてもらえると嬉しい。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 市役所職員の税に対する意識改革教育を実施する。市民の財産である税の使用方法を広く開示し、意見を聞きながら無駄を最小限にする。</li> <li>・ 地域の催しなど積極的に活動していて、スローガンに向かった市政をされていると思う。【関連：シティプロモーションの推進】</li> </ul>	