



分業の時代と行政

港湾局 齊藤由美子

アンマリ族、分業、個売。いくつ知っていますか。

それぞれ、結婚しない人々、「大衆」の反対語、小売がより細分化され、家庭という単位から個人へ販売対象を移すこと。高度経済成長時代の申し子のような私ではあるが「物」に対する記憶は薄く、母のお手製のケーキや洋服の方が心に残っている。

しかし今や街には「物」が氾濫し、人々は自分が何を欲しているのかが明確でなく、マーケティングに携わる者は多様化したニーズを探るのに奔走し、もはや市場を「大衆」大流行」として捉えず、グループ化して、

それぞれにターゲットを向けている。大衆に対する分業の誕生である。技術の進歩が製品の均質化をもたらし、ヒット商品を生み出すには製品に分業ニーズに応じたソフトを付加することが要求される。それでも商品をヒットさせ、ホームラン、大流行を見込むのは難しい。

これは別にビジネスの世界だけの話と割切っているものか。行政へ向けられるニーズもますます多様化するのには明らかである。市民」といつでもひとくくりでとらえる時代は終わったのではないか。

行政に対しても、都市基盤整備等のハード面から福祉、教育、うるおいある街づくり等のソフト面の充実へと時代のニーズは変化している。これらの流れにこたえるためには、職員一人一人の柔軟性あるアイデアが求められていると考えるのは少々力みすぎだろうか。

言葉の重み

港北区役所 中田裕之

税の不知は許されない、こんな言葉を聞いたことがある人は

いないと思う。しかし、この言葉にある種の、ある程度の「重み」を肌で感じる人はいるのではないか。街の本屋の税金関係の棚をのぞけば、税金で損をしない（得をする？）方法とか、マイホームの税金などという類のハウツー本が目に入ってくる。こうした本が出回っているという事は、税金の知識がないと損をする、知らないからといって（お役所は）許してくれない、だから知っておきたい、という世相の反映なのではないかと思う。

ところで、この言葉の「重み」は時として、課税をする側にもかかってくることもある。

人から頼まれたので、良かれ、と思つて土地を貸したり、交換したりしたところ、税金が途方もなくはね上がる。また事業の発展を期して大きな新社屋や工場等を建設したところ、予想だにできなかった種類の多額の税金

がかかり、資金繰りが狂ってしまったりする。あるいは、ちょっとした工夫や手続などによって税法上の優遇措置の適用などを受けることができたのに受け

そこなったりする。そんな時、「なんとなかならないのか！ 困る！」などと言われてしまう。しかし、そんなことを事後になつて言われても、言われた方も「困る！」のである。

そんな時には、事前に相談や指導を受けていただいていないなら、課税の衝撃が少しは和らいだのではないかと思う。関係セクションから情報の提供などがあつたならば、事前に説明などができたであろうに、とも思う。

△あとがき▽

現在、区では地域づくりのために様々な試みがなされ、そのなかから今後の発展の可能性を秘めた新しい芽も育ってきている。しかし、それらの芽も、種々の制約から「葉茂り花開く」とまではなかなかいっていないようだ。

地域の個性を生かした街づくり・地域づくりを市民と共に進めていくためには、行政のシステムも個性的、創造的でないければならない。硬直化した組織からは、いかなる創造的な発想も

税の不知は許されない。このことを「言うは易しく、行方は難し」である。しかし、行わねばならないのである。

「調査季報」は職員が自由に意見を発表し討論する行政研究誌です。「行政研究」への投稿も歓迎します。二〇〇字詰五〇枚以内。都市科学研究室まで（電話六七一一二〇二九）。

生まれはしないだろうし、その実現も困難である。

既存の組織にとらわれず、区の職員の自由大胆な発想・熱意を生かすシステムを確立することが、区行政の活性化のためにも、是非必要である。

多様な個性ある地域・区が、それぞれ、経済・文化・福祉・教育など市民生活をとりまく様々な面で活性化し、その集合体としての横浜市中も総体として活性化し百花繚乱（ひやくかりょうらん）となるよう、区の一層の充実が望まれる。 △長尾▽