

総務政策常任委員会視察

福岡市および武雄市

2013年8月19日（月）～20日（火）

伊丹市議会議員 桜井 周

福岡市：ソーシャル・ビジネス支援

1. 福岡市当局からの説明・・・資料に基づいて説明

- ソーシャルビジネスの課題として、人材不足（人材不足とは、一緒にやってくれる人がなかなか集まらない）、販路確保（折角商品を作っても巧く売れない）がある。
- 平成 15 年頃に総務省から公務員削減の要請があり、福岡市においては職員数 1 万 1 千人から 10 年で 1 割（1 千人）削減することとなった。手薄になった行政サービスを補完するため、コミュニティ・ビジネスを促進することとなった。
- 個人事業主、NPO、株式会社など経営形態に関係なく、ソーシャルビジネスを支援している。

2. 質疑応答

Q 1：ソーシャルビジネス支援派遣事業において、中小企業診断士・税理士などとの契約はどのような形態か？

- 創業者支援団体と仕業のメンバーを中心にアドバイザーとして登録いただいております、案件にあった方をその都度派遣する。

Q 2：創業者発掘・事業者誘致はどのように行っているのか？

- 創業セミナーを開催している。想いを持っている人が、その想いを具体化するために必要な事業計画や運営ノウハウなどを提供している。

Q 3：資金的支援はないとのことだが、必要ないのか？

- ソーシャル・ビジネスも、一般的な創業資金支援を受けられる。
- NPO は対象外であるが、日本政策金融公庫が 3 年前から融資する制度を設けたので、それを周知するよう努めている。地元の信用金庫なども類似の融資制度を設けている模様。

Q 4：ソーシャルビジネス支援対象の要件の「社会性」とは？

- 企業は何等かのカタチで社会と繋がりがあることから、ほとんどの企業・団体は社会性があると考えます。
- 暴力団など反社会的団体以外は、来るものは拒まず支援するという方針で行っている。

Q 5 : 地域的・分野的バランスを取っているのか？

- 事業者が自らマーケティングを行ってするものであり、市から口を挟むことはしない。

Q 6 : 事業の成功率は？

- 創業後の継続や廃止は確認していない。今年度から調査する予定。
- 一般的に、創業しても、1年後に継続している事業者が半分以下、3年後には1 / 3になる。
- インキュベーション・センターで相談した上での創業の場合には、1年後にも7割が継続しているようであることから、シッカリとした事業計画を最初に打ち立てることが重要である。

Q 7 : 既存ビジネスのアライアンスは？

- ソーシャルビジネスと既存ビジネス（商工会議所など）のネットワークを広げていくことで、

Q 8 : コミュニティ・ビジネスはコミュニティに根付いているべきとの固定観念があったが、ソーシャル・ビジネスは需要があればよいということで理解できた。コミュニティ・ビジネスと社会福祉協議会との棲み分けはどうすべきか、など悩んできたが、福岡市ではどうしているのか？

- 個別的に取り組んでいる。

Q 9 : 福岡市では中間支援組織がたくさんあり充実しており、それが高い成功率に繋がっていると考えられる。さらに、中間支援組織は、そのような組織があるというだけでなく、それぞれの組織にキーパーソンがいることが成功の否決と考える。例えば、長阿彌さんのようなアドバイザーはどのようにリクルートしてきたのか？

- (回答なし)

3. 所感

- ソーシャル・ビジネスを「コミュニティとの深いつながりが必要」などと狭く考えるのではなく、需要のあるところにソーシャル・ビジネスがある、というように捉えるべき。

- 支援については、ソーシャル・ビジネス特有の事項と、一般的な創業支援・事業支援とを整理して考え、一般的な創業支援・事業支援を活用することが好ましいと考える。
- この程度の視察内容であれば、わざわざ議員が揃って福岡に来なくても、議会事務局を介して質問状を送り回答を得る、という作業を2～3往復行えば十分に理解できると感じた。つまり、今回の視察は費用対効果として不十分であると感じた。以前より主張しているが、視察が既得権化している現状を憂慮する。視察は必要最小限に留めるべきである。

武雄市：SNSを活用した情報発信について

1. 武雄市当局からの説明

(1) 武雄市の紹介

- フェイスブック・シティ課フェイスブック係の浦郷千尋さんが説明。ICTに詳しい訳ではなく、前所属は財政課。なぜ、フェイスブック担当になったのか、市長に尋ねたところ「君は、フェイスブック顔をしているから」と言われた、とのこと。
- 伝えるときには、立って話す。座って話すと壁ができるので、聴衆に近づいて立って話すように、と市長に言われている。
- 武雄市役所では、夏場は半袖・半ズボンが正装。市役所職員の節電意識を高めるとともに、市民に対しても節電の啓発を行う。また、メディア露出も高まる。
- 部署の名称は、「お結び課」「いのしし課」「フェイスブック・シティ課」などユニークな名前を付けている。これは、市民に分かりやすい名前にするとともに、メディア露出も高まる。
- 「読まれる情報発信をしろ！」「民間情報誌には読まれる仕掛けがある（からパクレ！）」と市長が常々言っている。市職員／市民の顔が見える紙面づくりを心掛け、知り合いが出ていけばつい読んでしまうという市民心理を活用している。
- 議会中継（本会議）はUstreamで放送。約3,600名が視聴。

(2) facebookの導入

- 武雄市で市役所ホームページをfacebook化した理由は、「市長がはまっている」から。市長のリーダーシップは重要で、「市長がfacebook・SNSって何？」というレベルでは推進することは難しい。
- また、facebook化推進の理由として、Facebookは実名制を取っているので炎上しにくい、オープン性があり登録していなくてもgoogleなどの検索でヒットする、拡張性があり最新情報を流しながら保存すべき情報も残すことができる、機動力が高くタイムリーに情報を更新できる、など。
- ホームページであれば市民がわざわざwebsiteを訪問しなければならないが、facebookではユーザーのタイムラインに流れることによって武雄市の情報を届けることができる（pull型・push型の広報）。
- 武雄市を知らない人にも情報を拡散できる。HP時代には5万/月からfacebook化により300万/月へ増加。

- 市民にとって最も重要な情報は災害情報。大雨のときの冠水・通行止めは市道の状況を市道名で流しても市民には分からない（これまでは、市民に分からな情報を市民へ提供していた！）。昨年夏の九州北部大豪雨のときには google マップを活用して該当箇所を地図で示すことで、市民へお知らせすることができた。これまでは、道路担当部門では共有できていた情報を、市役所全体、さらには市民と共有できた。
- 情報の内容として、親近感高める情報と堅い情報とをバランスよく混ぜる。柔らかい情報が多すぎるとウザいと思われるし、堅い情報だけだと見てもらえない。
- 武雄市民で facebook を使える人は必ずしも多くはない。そこで、武雄市 ICT 寺子屋（無料の市民講座）を実施、昨年までは緊急雇用（国の事業）を活用していたので、武雄市の財政負担はなし。
- 広報手段には、homepage、広報誌、CATV、facebook、twitter、Ustream などいろいろあり、facebook に偏りすぎるのはよくないとの考えもある。しかし、今は facebook に追い風が吹いているので facebook を中心に進める。世の中の流行が変われば、そのときに新たな方針を考える。
- Facebook は民間企業が運営するものであり突然中止になるなどのリスクがあるが、どう評価しているのか？と聞かれるが、facebook は追加的に実施しているものであり、なくなっても直ちに市政運営に重大な支障が出る訳ではない。

2. 質疑応答

Q 1：市民講座の受講状況は？

- 受講者数は把握していないが、市民に ICT 利用の雰囲気広がっている。

Q 2：「親しみやすさ」と「不適切発言」とは裏腹であり、「荒れる」心配をするが、どのように管理しているのか？

- 行政情報については決裁を経たものを載せているので、問題ない考える。
- 親しみやすさについては、facebook 係で判断している。市長が「自分が責任を取るから」「間違っただけを出したときは修正すればよい」と言っているので、仕事を進めやすい。

Q 3：ブランディング戦略の目的は？また、効果は？

- 武雄市においても総合計画はあるが、計画に向かって走るというよりは、目の前の問題に向かって走っているので、戦略性はあまりないように感じる。市長の頭の中には、大きな戦略があるのかもしれないが。

- **Facebook** は市民向けのサービスとして行っている。たまたま市外へもアピールできているだけで市外へアピールするために行っている訳ではない。図書館も同様で、市外の利用者が多いと言われるが、実際は市民に使いやすい図書館づくりに努めたら、市外からも利用が増えただけである。
- 武雄市は昔から政争の街であった。樋渡市長になったから市を二分する争いになったという印象はない。

Q 4 : 市民団体も **facebook** を活用しているのか？

- **facebook** が浸透しつつある。小学校・小学校 PTA・小学校学年などでページやグループを使っている。市が **facebook** を活用していることが契機となって広まったと感じている。

Q 5 : これまでの説明で「市長が」という話が度々出ており、市長の市職員とコミュニケーションを取ろうとする熱意を感じるが、市長のコミュニケーションの取り方はどのように行っているのか？

- 市長は、市長室にこもらず、時間があれば市庁舎内や市内をグルグル回っている。市役所職員にとって、コミュニケーションが取り易い市長というイメージがある。学校にもアポなしで突然訪問するので、現場は大変だと思うが、実態を的確に把握できてよいと思う。

Q 6 : コメントへの回答はどのように行っているのか？

- 回答が必要なコメントに対しては、全て回答するように努めている。
- 攻撃目的なアカウントについては、スルー（無視）する。無視が最も効果的である。ブロック・削除すれば、別のアカウントを作成して再度攻撃してくるだけであるので、逆効果である。
- コメントの削除については、同じ内容のコピーは一つを残して削除、放送禁止用語は削除している。削除するときには、発信者に削除する理由を伝える。

Q 7 : **facebook** のコメントへの対応は、**facebook** 担当の浦郷さんが全て対応しているのか？

- **Facebook** は基本的に一人で担当している。システム関係は別の職員の支援を受けている。
- 親しみやすい内容については、コメントも含めて、自分（浦郷さん）が大半の書込みを行っている。市職員は全員アカウントを持っているので気が付けば書込みをしているが、「全員でやる」とすると誰もやらないので、自分（浦郷さん）が担当となっている。

Q 8 : facebook よりもホームページで？

- 武雄市は小さい街であるので、資源を分散するとどっちつかずになってしまうことを懸念して facebook を中心にしている。ただし、facebook はブロックされるという自治体・企業があるので、従来のホームページも残している。

Q 9 : 職員から見た市長は？

- 就任直後は、50 歳代後半の職員の多くが「ついていけない」と退職した。
- 市役所職員から見て、市長室に籠らず、市庁舎内を歩いているので、話しやすい、市役所職員との距離が近い。

3. 所感

- 市長が新しいことにチャレンジする姿勢を見せ、市長が「誤りがあったら修正すればよい」と言い、市長が「最後はオレが責任を取る」ということで、市役所職員は失敗を恐れずにチャレンジできているように感じた。つまり、市長のリーダーシップの下、職員がいきいきと仕事をしている印象をもった。
- 市長が市役所職員および市民と積極的にコミュニケーションを取る姿勢に感銘を受けた。

以 上