

e シンキング (ひとづくり広域連合政策情報メルマガ) 第 45 号
2008 / 7 / 15 発行 (月 1 回発行)

【 目 次 】

今月のトピックス

「行政事務のコスト削減の検討の視点」
(総務省「民間のコスト削減手法に関する研究会」意見)

私の選んだこの一冊

「フリーペーパーの衝撃」

政策情報ライブラリー新着図書のご案内

郵便でも貸出・返却できます。送料は無料です。

現場レポート

「都市の地域ブランド戦略～地域経営の新たな視点～」

今月のトピックス

・・・ 「行政事務のコスト削減の検討の視点」
(総務省「民間のコスト削減手法に関する研究会」意見)・・・

道路特定財源における不適切な支出への批判を受けて、内閣総理大臣から全閣僚に対して本年 4 月に、「政府における無駄の徹底的な排除に向けた集中点検」が指示されました。これに基づき総務省においては、「民間のコスト削減手法に関する研究会」が設置され、このたび、民間の英知を活用しての「ムダ・ゼロ」に向けた取組を進めるための意見書、『行政事務のコスト削減の検討の視点』が取りまとめられました。

意見書では、これまでの取組はスローガンに終わりがちで十分な成果が上がっていないと指摘し、その理由・背景として、「コスト意識の希薄さ」や「切実感のない削減取組」の姿勢などがあるとしたうえで、今後のコスト削減の検討の視点として、 職員の意識改革、 コスト削減の仕組み、 コスト

削減のインセンティブ、第三者による監視の4つを取り上げています。

まず、職員の意識改革では、コスト意識を組織の末端まで浸透させることが重要であり、さらに実行力の確保と前例や習慣等にとらわれない発想力がポイントとなるとしています。

次に、コスト削減の仕組みづくりには、管理職の積極的関与による責任体制を明確化、時間軸と数値による目標の具体化、月次管理の実施による適切なコスト管理、組織横断的な集中購買の推進、債権回収のシステム化による適切な債権管理、が求められるとしています。

また、行政はコスト削減によるインセンティブが働きにくい構造となっているため、無駄の徹底排除を効果的に推進して着実に成果を上げるには、削減成果を評価し、職員個人の給与・昇格や翌年度の部署の予算配分に反映するなどのインセンティブを付与する仕組みの導入について検討する必要があるとしています。

さらに、地方公共団体が有識者による第三者委員会を設置してのフォローアップ体制を整備していることを例に、職員が緊張感を持ってコスト削減活動に取り組んで実効を挙げるには、第三者による監視が有効となるとしています。

厳しい財政状況もあり、地方自治体においても、コスト削減への様々な取組がなされてきました。今回の意見書を国だけに対するものと捉えず、住民が求める効率的・透明的な行財政運営とは何か、今一度考えてみてはいかがでしょうか。(よ)

私の選んだこの一冊

「フリーペーパーの衝撃」(稲垣太郎/集英社新書)

「R25」、「ぱど」、「リビングさいたま」。誰もが目にしたことがあるだろう。近年、急激に発行部数を伸ばしている無料紙誌、フリーペーパーである。無料なのにどうして内容の濃い紙面を提供できるのか。広告収入だけで経営は成り立つのか。本書は、このフリーペーパーについて、全国紙新聞社の研究分門に属する著者が、国内外の事情、新聞・雑誌等の既存の有料紙誌との関係、そしてビジネスモデルとしての方向性などから考察している。

本書によると、2005年時点で発行されているフリーペーパーは950社、1200紙誌、2245版、2億9375万1880部にのぼり、特に、21世紀に入っては爆発的な創刊ラッシュを迎えており、その市場規模は推定で年間4082億円に達しているという。また、様々な形態や発行形式を持つフリーペーパーをコミュニティペーパー(住宅地での全戸配布型生活情報誌)、ターゲットマガジン(読者を切り分けた嗜好別情報誌)、ニュースペーパー(報道系)

に分類できるとし、広告効果を前提に想定読者を絞り込むフリーペーパー躍進の要因を探っている。

場所、ターゲットを設定して想定読者を絞り込むという手法をとるフリーペーパーは自ずと地域性が大きな要素となっている。「ご当地メディアの主役の座にのぼっている」と筆者も指摘しているように、フリーペーパーには、イベント、タウン情報、観光情報など読みごたえのある地域情報をふんだんに取り入れているものも多くなっている。本書でも大学でのフリーペーパー発行に地元自治体との提携、補助金提供の事例が取り上げられているが、地域や自治体との関わりという点でも注目すべきメディアとなっていくと考えられる。メディアとしての存在感を増しつつあるフリーペーパーの研究書として興味深い本書であるが、こうした視点からも一読をお勧めしたい。(す)

政策情報ライブラリー新着図書のご案内

蔵書の閲覧・貸出は、構成団体職員の方ならどなたでもできます。

貸出は、郵送も可能です。貸出・返却ともに、送料は当広域連合で負担します。詳しいご案内と蔵書一覧は

<http://www.hitozukuri.or.jp/jinzai/seisaku/82network/02/Library.htm>

6月の新刊図書は次の5冊です。

『インターネットが変えた！ 自治体増収大作戦』

堀博晴、佐藤章夫著 ぎょうせい

『自治総研ブックス 自治体雇用・就労施策の新展開

地域での働く場の確保と自治体の役割 』

大谷強、沢井勝 / 編 公人社

『Hot Pepper ミラクル・ストーリー リクルート式「楽しい事業」のつくり方』

平尾勇司著 東洋経済新報社

『小島貴子式 仕事の起爆力』

小島貴子著 インデックス・コミュニケーションズ

『コンセンサス・ビルディング入門 公共政策の交渉と合意形成の進め方』

ローレンス・E・サスカインド、ジェフリー・L・クルックシャンク / 著
城山英明、松浦正浩 / 訳 有斐閣

現場レポート

第10回都市経営セミナー

「都市の地域ブランド戦略～地域経営の新たな視点～」

平成20年7月2日(水) 13:00～17:10 日本都市センター会館

当セミナーは、基調講演と2つの事例報告、そしてパネルディスカッションの3部構成でした。

まず、平安女学院大学国際観光学部教授・学部長の佐藤喜子光氏の基調講演では、都市の地域ブランド戦略とは、その地域の「土地柄・お国ぶり・かたぎ・らしさ」を示して差別化を図り、住む人・訪問する人にとっての「憧れの的」をつくることで価値を表現し、その都市の「ファン」をつくることであるとの説明がありました。その上で、『観せる”観光”』が都市のブランドづくりの最適な手法であり、その手法の特徴として ワンツーワンの接客で個性を強調する(独自性を強調) 非日常性を見せてハレの場を演出する(高級感をアピール) 五官で体感させるための舞台をつくる(経験価値を高める) 核になる呼び物から派生商品をつくる(拡張性を意識する) 吹聴したくなる様なお得感を与える(話題性を狙う)の5つを挙げました。

事例報告では、具体的な地域ブランドの取組として、青森県八戸市長の小林眞氏から、「八戸せんべい汁」や「八戸前沖サバ」などの取組、元佐世保観光コンベンション協会課長の永井美穂子氏から、「佐世保バーガー」と「九十九島かき」の取組について、報告がありました。

その後、事例報告の2人と学習院大学経済学教授青木幸広氏をパネリストに、フリーアナウンサーの青山佳世氏がコーディネーターを務め、「都市のブランド戦略」と題したパネルディスカッションが行われました。

まず、青木氏から、地域資源のブランド化を考えていくには、一次産品については産地的正当性と価値担保のためのシステム、加工特産品については原料の差別性と加工技術の独自性、観光地については自然・歴史・文化の差別性と経験価値化、商業地については集積性・空間構成の差別化と経験価値化が必要であるとのお話がありました。

その後、2人のパネリストも加わり、ブランドとする地域資源の絞り込みの重要性、ブランド化における将来ビジョンの必要性、メディアへの露出度UPを図るための情報発信の戦略などについて、それぞれの経験に基づく具体的なノウハウの紹介も交えながら、地域でのブランド戦略について活発な意見交換が行われました。(か)

=====

ご意見・掲載希望

今月号のeシンキングはいかがでしたか？ご意見・ご感想がありましたら
下記担当までお寄せください。また、各コーナーでは皆様からの参加レポート
などの情報提供を随時募集しています。「これは記事になるかな？」という
ものがありましたら、お気軽にご連絡ください。

[eシンキング / 毎月15日発行]

発行元

彩の国さいたま人づくり広域連合 政策管理部（吉野・飯田）

〒331-0804 さいたま市北区土呂町2-24-1

TEL:048-664-6681 FAX:048-664-6667

WebPage: <http://www.hitozukuri.or.jp>

E-Mail: jinzai03@hitozukuri.or.jp

=====