

研修事業に寄せて

行政広報に求められるもの

～市民の信頼を獲得する公共コミュニケーション～

東海大学 文化社会学部 広報メディア学科

河井 孝仁 さん

博士(情報科学・名古屋大学)。静岡県職員等を経て現職。専門は、行政広報論、シティプロモーション。公共コミュニケーション学会会長理事、総務省地域情報化アドバイザーなどを務める。『シティプロモーション 地域の魅力を創るしごと』(日本広報学会賞受賞)、『失敗』からひも解くシティプロモーション』など著書多数。



「地域経営」の発想

行政広報、特に自治体広報を考える際に重要な発想があります。地域を経営されるものと捉える考え方です。これは企業経営に当てはめて考えることができます。

企業経営はプリンシパル・エージェント関係によって実現します。プリンシパルは依頼人のことであり、企業にとっては株主がプリンシパルにあたります。エージェントは代理人のことであり、企業では経営者がエージェントです。経営者は、株主が求めた方向性のもとで、具体的な方針を定め企業利益の最大化を図り、その利益を株主に配分します。

地域経営もプリンシパル・エージェント関係で考えることができます。プリンシパル(依頼人)は市民です。ただし、必ずしも有権者とは限りません。自治体ではパブリックコメントや公文書開示制度でその対象者を「何人(なんびと)も」とするように、広く、地域に関わるものが主権者となります。また、地域経営では、エージェント(代理人)にあたるのが、行政・地域企業・NPOの3者にわたることも特徴です。

情報の非対称性

プリンシパル・エージェント関係において重要な論点に、情報の非対称性があります。企業経営での情報の非対称性とは、株主の持つ経営にかかる情報が、経営者より著しく少ないことを指します。この情報の非対称性が大きくなれば、経営者の暴走や自己利益偏重という弊害が生まれます。このために、情報の非対称性を縮減させる必要があります。

地域経営では、行政などと主権者の双方向での情報の非対称性が生じます。なぜなら、地域には「現場性」が存在するからです。地域はさまざまな現場が組み合わされた構造によって成り立っています。このため、地域経営の専門性という視点では、行政などの持つ情報が主権者より大きく、地域経営の現場性と

いう視点では主権者の持つ情報が行政などより大きいという情報の非対称性が生まれます。

以上のことを自治体広報の視点から見れば、2つの取り組みが必要となります。1つは「十分な可視化」の意義であり、もう1つは「的確な情報収集」です。

十分な可視化がなければ、行政などの持つ情報が主権者より大きくなるという情報の非対称性の縮減ができません。また、的確な情報収集がなければ、行政などの持つ情報が主権者より小さくなるという情報の非対称性の縮減が困難になります。これらの縮減が困難になれば、エージェントの1つである行政の夜郎自大な状況が生まれます。また、他のエージェントである地域企業やNPOとの連携も困難になります。

「地域経営」を困難にするもの

こうした課題に対し、行政は広報誌などの媒体の充実や、公文書開示制度の運営、積極的な広報の実施により対応しています。しかし、地域内に、潜在的に巨大な危険がある場合、大きな限界が生じます。潜在的に巨大な危険を制御するには高い専門性と、悪意あるものの接近を防ぐために情報の秘匿が求められることがあるからです。

高い専門性はときに現場性と異なることがあります。現場での知恵が必ずしも、専門性と十分に接合しないことが起こり得るからです。

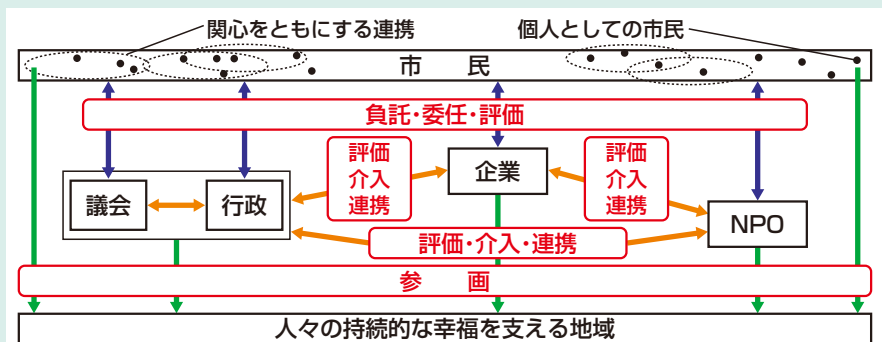
悪意あるものの接近を防ぐための情報の秘匿は当然ですが、これにより、十分な可視化は困難になります。

シティプロモーションの意義

日本全体で人口減少が進む今、どの自治体も人口の減少抑制・増加を目標としていますが、果たして人口が増えればよいのでしょうか。地域経営は複雑であり、また協働による課題解決が必要とされていることから、地域経営の主権者である広範な市民による積極的な地域経営への関与が求められます。そのためには、主権者の地域経営に対する意識変容や、地域経営に関与する具体的な行動変容が求められます。この意味での自治体広報は単なる可視化では不十分となります。「地域(まち)に真剣(マジ)になる」シティプロモーションを、自治体広報の一環として積極的に取り入れる必要があります。シティプロモーションとは単なる知名度の獲得や、結果としての人口増加をはかる取り組みにとどまるものではありません。

地域経営に積極的に関わる当事者を増大させる取り組みが、シティプロモーションです。しかし、この意味でのシティプロモーションも二重の情報の非対称性が縮減されないまま行われるなら、それはプロパガンダに陥ってしまいます。自治体広報を地域経営を実現するための手段として捉えることが常に求められています。

地域経営模式図



研修実施報告

No.5「シティブロモーションの観点から学ぶ地域の魅力創造と情報発信」

2/13～14

今回の研修は、初めてのテーマとして「シティブロモーション」を取り上げました。

講師の東海大学河井教授は、多くの自治体でシティブロモーションのアドバイザーを務めておられます。本研修では、住民の参画力を高めつつ、地域の魅力を発掘し磨き上げ、ターゲットに響くブランドメッセージとして発信する手法を学びました。シティブロモーションは、単に人口を増やすためではなく、「住民がまちなまじになる」＝住民が積極的にまちに関わり、その活動を発信することで、まちに関わりたい人を増やす、地域参画を作り出す仕掛けである、と河井教授はおっしゃいます。

グループワークでは、そのまちで輝ける人について具体的な人物像(ペルソナ)・ストーリーを設定し、そのような人たちを巻き込めるイベントを企画、どのようにターゲットへ情報を届けるかというプランを作り上げました。

また、河井教授がアドバイザーを務める栃木県足利市の前川様より、シティブロモーションの取り組みについて事例紹介いただきました。

参加者からは「シティブロモーションの考え方、実践的な手法がとても勉強になった。自地域でも活用していきたい」などの感想が寄せられました。(担当:中村)



No.6「六次産業化で稼げる農林水産品のブランドづくり」

2/21～22

毎年多くの皆さまにご参加いただいている本研修ですが、今年度は、NPO元気な日本をつくる会の須田様を講師に迎え、特産品開発や六次産業化において「自治体職員に求められること」をテーマに開催しました。

まず、青森県十和田市の平舘様より、十和田市の特産品開発・ブランド化にあたり何を意識してどのような手法で実践してきたのかを伺いました。また、六次産業化で成功しておられる(株)やまがたさくらんぼファーム矢萩様より、事業者として実践されている取り組みとその戦略をご紹介いただきました。

事業を進めるには多くの方と関わります。グループワークでは、「つながりマップ」の作成を通じて、自分の人脈を見える化し、自分の周りにはどのような人がいるのか、どの部分の繋がりが弱いのかを学びました。

さらに、今後視野に入れるべき海外販路について、(株)テロワール・アンド・トラディション・ジャパン二瓶様より海外輸出の取り組みをご紹介いただきました。

参加者からは「商品の売り方の工夫や役所での仕事の仕方、自分の考えを改めて分析する大切さが学べた」などの感想が寄せられました。(担当:中村)



「第48回電源地域振興担当者講習会」

1/11

東京・築地において、第48回電源地域振興担当者講習会を開催しました。

本講習会は、当財団の事業をご紹介するとともに、国の担当者から電源立地市町村に係る次年度予算や施策の情報提供を行い、毎回ご好評いただいているものです。

今回は、次年度諸施策・予算案に盛り込まれた地方創生、産業振興、原子力立地地域支援などに関わる事業の内容をご紹介いただきました。

また、地球環境産業技術研究機構(RITE)システム研究グループリーダー・主席研究員の秋元圭吾様をお招きし、昨年7月に策定された第5次エネルギー基本計画のポイントを解説していただきました。

参加者からは「毎年研修内容が充実されており勉強になった」「地域振興施策等について幅広いテーマで学ぶことができた」などの感想が寄せられました。(担当:熊田)



【研修に関するお問い合わせ】

地域振興部 振興業務課(研修事業担当)

☎03-6372-7305

【URL】<http://www2.dengen.or.jp/html/works/kensyu/index.html>

✉kensyu@dengen.or.jp

産品事業実施報告 「博多大丸」にて産品実践販売を行いました 3/6～12

「産品実践販売」は、電源地域の特産品事業者の販売力向上の支援を目的として、大都市圏の百貨店等での食品催事スペースへの出店機会をご提供し、1週間程度お客さまとの対面販売を実施していただくものです。

この取り組みは、毎年開催していますが、百貨店からのアドバイスや消費者の反応を通じて、販売テクニックの習得や消費者ニーズの把握ができると、出店いただいた皆さまより好評をいただいております。

今回は、昨年に引き続き福岡市の『博多大丸』東館エルガーラの食品催事スペースにおいて実践販売を開催し、電源地域などから4事業者が参加されました。2019年度もこうした販売支援サービスを実施する予定です。

また、当財団では、首都圏出張等の機会にあわせ、流通専門家との面談をセッティングいたします。「東京に行く用事があるので、その際に百貨店のバイヤーと面談したい」「フードコンサルタントに販路開拓に関するアドバイスをもらいたい」など、様々なニーズにお応えいたします。直接専門家を訪問し面談を行うことで、事業者に応じたきめ細かな指導により新たな販路構築が期待できます。

ぜひ、右記までお気軽にお問合せください。詳細は当センターホームページをご参照ください。(担当:熊田)



【産品実践販売に関するお問い合わせ】

地域振興部 振興業務課(産品支援事業担当)

☎03-6372-7305

【URL】<http://www2.dengen.or.jp/html/works/hanbai/testsales.html>

✉hanbai@dengen.or.jp