

行政営業という手法

日 時 平成 27 年 11 月 20 日 (金) 18:30~21:00
場 所 梅田サテライト 文化交流センターホール
講 師 荒木 一男 (福井県政策推進室)
指導教員 永田 潤子 准教授
議 事 録 長谷川 哲郎 (M1)

1. 福井県の現状と課題

- ・福井県からは、現状では東京まで 3 時間半。しかし、リニアが開通すれば、敦賀-名古屋-東京で 2 時間半となる。これにより、大阪・名古屋・東京のいずれにも近接する。これから福井の立地はよくなる。
- ・幸福度指標で全国 1 位、教育も全国トップクラス。

2. 次第に確立していった官民プロジェクト

- ・全国で最も知られていない県の一つが福井県であったことを契機として、「ふくいブランド推進室」を設置。
- ・まずはパブリシティの実績を施策の目標として、旅雑誌への売り込みを展開。また、ふくいブランドを企業のビジネス活動の一環として使う企業とのコラボレーションを多数作りだしていくことも目標において、ふくいブランドの発信に取り組む。

3. 観光営業部の考え方

- ・2009年に観光営業部を設置。県外にアピールし、来客を誘致し、物産の販売を促進する役割を担う。併せて、教育庁管轄の文化施設であった恐竜博物館を所管することに。

4. 恐竜プロジェクト

- ・福井県は恐竜化石の出土が非常に多いことが一つの特徴。全国随一の地域のブランドになる可能性に期待し力を入れることになった。
- ・まずはコトラの著書を参考に恐竜ブランドをつくり、全国に発信するマーケティング手法を検討。
- ・企業とのコラボレーションとして、ユニクロ (恐竜Tシャツを製作・販売、店舗での恐竜展の

開催)やUSJ、楽天トラベル、ヤマト運輸(恐竜宅配ボックス)、キャノン、などと共同プロジェクトを実施。

- ・最近では、恐竜の骨の有償での貸し出しも実施。また、**Juratic**としてキャラクタービジネスも展開。
- ・平行して、発掘調査や野外博物館の整備など、研究や施設の充実を図っている。
- ・これらのマーケティングとコンテンツの充実により、恐竜博物館への入館者数の増加→観光消費の増加→地域の経済活性化を目指している。
- ・プロジェクト・カマラサウルスとして、行政の支出に投資の考え方を導入した。具体的には、目玉となる化石を購入して展示を充実させながら、その対価を来館者の皆様からいただくという仕組みを導入。化石購入を費用と見るのではなく投資と考えるやり方。

5. 官から民へ 官民融合論

- ・これまでの行政営業は、新聞・雑誌への有料広告、委託によるイベントの実施が中心。
- ・今後は、発注行政から脱却し、官民が共同でプロジェクトに取り組むことが必要。
- ・通常の行政サービスは、顧客は住民。これを転換して、企業を顧客としてとらえ、その企業を介して住民にアプローチしていくことも今後は必要。

6. 官民融合の具体的課題

- ・官が民に比べて効率が悪いのは、官が必要とする民主主義のコストがあるから。民主主義のコストを不要とする民意があれば、効率のよい民で行うことができる。
- ・婚活支援など、自治体による私的領域への関与が始まりつつあるように、官民のあり方が変革してきている。

7. 質疑

<恐竜プロジェクトについて>

Q：恐竜博物館を活用して県外利用者呼び込むという、この様な取り組みに対する県民の評価はいかがか。

A：全般としては好意的である。恐竜の骨の購入についても積極的姿勢に理解をいただいている。

Q：恐竜博物館の収支はどうか。

A：自治体の施設という点、最近では収支の議論が盛んに起きるが、博物館は儲けを目的に作るものではないというのが我々の考え方。儲かるなら民間がやればよい。恐竜博物館も全体の収支で考えれば支出の方が多い。恐竜博物館は、県外の観光客が福井県にもたらす観光消費額

が大きいという意味で地域に貢献している施設である。

Q：USJやユニクロの売り上げが県の収入につながるのか、企業とのコラボで困ったことは。

A：企業とのコラボレーションは常に県の収入増を目的に行っているのではない。コラボレーションによるふくいブランドの発信が目的。困ったことの例では、相手方が大企業の場合、契約書等の文書作成など商慣習が違いすぎることを。

Q：地域経済への具体的な波及効果や地方税の増収は。また、恐竜の化石には2億5千万円の価値があるのか。

A：様々な要因で地方税の増減は決まるので指標としてとらえるのは難しい。恐竜の化石は、本物かどうかの鑑定をとっている。価値については、絵画などと同様で人によって評価は異なる部分はある。我々は2億5千万円の投資に見合うだけのお客様に来ていただいていると考えている。

Q：文化教育施設において多くの県外利用者がくると、その対応費用（ゴミ処理など）を県が負担するのはいかがかという意見もある。これに関する庁内の議論はあったのか。また、県民の評価はいかがか。

A：県としては、観光客の増加を目的に取り組んできたので、対応費用に対する県の負担の是非のような議論は生じなかった。

Q：姫路城ミュージアム構想があるが、恐竜ビジネスが参考になると考えている。普通であれば観光色が強い楽しい施設がいいと考えるが、学術性を求めるべきなのか。

A：ブランドを作り上げる上では、発信も大事だがコンテンツが充実していることが重要である。そのため、恐竜博物館では、発掘や研究への投資、学会発表などにも精力的に取り組んでいる。研究員も、多くのお客さんが来てくれているので、相応に多い研究費が得られていることを理解しつつある。姫路城も学術性も観光色も両方大事なのではないか。

A2：福井県は恐竜で他の追従を許さない存在となっており、それが価値を生んでいる。マーケティング的にも適切な考え方である。姫路もそのような存在にならないといけないのだろう。

Q：観光資源の中から恐竜に的を絞ったプロセスについて伺いたい。

A：首都圏におけるインタビュー調査等の結果、恐竜を本県ブランドの中核に据える潜在力の高さを感じたことから恐竜を中心としたブランド展開を進めていった。全国のどこも真似できないダントツのブランドであったこともよかった。

<福井県の各種取り組みについて>

Q：恐竜博物館による他の観光資源や文化資源への波及効果はいかがか。

A：北陸新幹線開業と相まって、一乗谷への観光客が急増している。このため、博物館の整備等も検討。完成の暁には、恐竜博物館のノウハウを生かすことも可能になると考える。

Q：新たに施設をつくるのは、行政ビジネスとして計算に合うのか。

A：そもそも公の施設が、完全に民間ベースで成り立つわけではなく、仮に成り立つのであれば民営化すべき。そのため、基本は直営で、様々な波及効果を期待して、取り組むことになる。

Q：旭山動物園は、最近人気が高まり来館者が増加しているが、来園後に地元にお金を落とす仕組みが確立されていない。そのため、こども科学館を整備したが、結果的には、お荷物になっている。

A：公共が運営する施設に対して、価値軸をどのように持つのが大切。もうけるための軸なら失敗だろうが、別の軸があると考え。石川県はこの10年間に、金沢城・21世紀博物館などに相当の投資を行った結果、今の新幹線の開業効果につながったとも考えられる。投資にはリスクを伴うが、新たなステージに進むためには必要な部分もある。

Q：教育に対する県民性が高いことを、一乗谷で活かすことも考えられるのではないか。

A：恐竜博物館は教育的要素も考慮しながら取り組んできた。一乗谷も同様に、教育に着目するのも一つの考え方と思う。

Q：県として、今後の課題はどのように認識しているのか。

A：観光営業部はチャレンジができる場所。行政は守る部分も大事だが果敢にチャレンジしていくことも必要であり、この部は一つの突破口として機能している。8年後の新幹線延伸の経済効果を発現しているよう、まちづくりや観光をどうするかを考えていく必要がある。

Q：行政財産の目的外使用に関連して、図書館の中に喫茶店を入れたり、英会話教室に貸し出したりしてお金を稼ぎつつ、本を借りてもらい取り組みを行っている事例もある。どこまでが目的で、どこまでが目的外使用なのかは、今後きっちり詰めていくことが必要では。福井県ではどのような議論を行ってきたのか。

A：目的外使用かどうかは施設の考え方によっても大きく異なる。外形だけで判断できるものではない。あるいは、施設を貸すという考え方ではなく業務委託的な考え方も取りうるのではないか。

(以上)