

「“1円さん” 平等配分論」

指標と予算額を結びつけた経済振興



2009年10月福岡市議会

決算特別委員会 2009.10.8

民主・市民クラブ

玉井輝大

目次

■テーマ：福岡市の産業政策の現状。指標と予算額	・・・ 1
◆まず、平成 20 年度、経済政策に使った経費全体の決算額をお答えください。	・・・ 2
●1 円さん	・・・ 2
●現実を把握するデータが？	・・・ 3
◆これらの統計データの遅れを、どのように考えてあるのか？	・・・ 4
●基本指標は地方で独自にでも	・・・ 2
◆止めた理由、始めた理由をデータで説明してください。	・・・ 3
◆「中小企業への融資制度」と「経営相談・診断助言事業」での成果指標は？	・・・ 4
●お金を貸すだけではなく、仕事をつくる中小企業対策	・・・ 4
◆「商店街の振興」の成果指標は？	・・・ 4
●マーケティングデータは？	・・・ 5
●需要側のデータなしに政策が作れるのか？	・・・ 5
●「エコノミックガーデニング政策」	・・・ 6
●特定の商品に特化した商店街	・・・ 6
◆「雇用・就労の促進」での成果指標は？	・・・ 7
●伸びてる中小企業を増やして雇用を増やす。	・・・ 7
●創業支援から、セカンド・ステージ支援へ	・・・ 8
●ノウハウをオープンにし競争しながら雇用力強化	・・・ 8
●「企業立地の推進」での成果指標は？	・・・ 9
●エコノミック・ハンティングからガーデニングへ	・・・ 10
●基準年を 1 0 0 として指標化すると・・・(試論)	・・・ 10
●「” 1 円さん” 平等配分論」(少し誤りあり)	・・・ 10
◆経済振興に活かせる最近の動き～成長中のアジアとつなぐ	・・・ 11
◆福岡市が 2 1 世紀の新しい産業を、競争力を育てる	・・・ 12

※この報告書は、玉井の質問原稿と当局回答概要から作成しております。正式な会議録は、議会事務職のホームページ< <http://asp.db-search.com/fukuoka-c/dsweb.cgi/> >でご確認ください。

■テーマ：福岡市の産業政策の現状。指標と予算額。

少々疲れておりますが、「お元気サンです！」、民主市民クラブを代表して、本市の経済政策に関して質問いたします。ひとつひとつの企業を応援し、明るい見通しがもてるよう、積極的に経済政策をおこなっていくことは大変重要です。市民からの限られた税金を有効に使うためには成果指標をつかい、歳出効果を明確にすることが重要です。

◆まず、平成20年度、経済政策に使った経費全体の決算額をお答えください。

<回答骨子>

平成20年度 経済振興局決算額（歳出）
一般会計 833億3111万8千円



●1円さん

833億円。莫大な金額です。しかし、考えるポイントは、1円です。1円たりとも、無駄なことには使わないこと。1円、そのひとつひとつを“1円さん”と呼ぶほど、大切に考え、“1円さん”がより元気に働いてもらえる分野へとそれを配分していくことです。それができれば、最大の予算効果を出すことが出来る。経済支援策の極限まで予算が働いてくれることになると思います。私の決算質問の主役はこの“1円さん”です。

それでは、H20年度に取り組まれた政策を体系的にまとめていく「福岡市の産業政策」<平成20年度版>を見ると、まず、「1. 福岡市経済の主な指標とその動向」の把握があり、「2. 経済構造の変化」、「3. 福岡市経済の強み・特性」の分析があり、「4. 福岡市経済振興局の目標」として、「日本で一番仕事しやすい都市、行ってみたい都市・福岡」を掲げ、4つの<施策推進の柱>をもうけ、「産業振興施策の推進」をおこない、「総生産の増加」と「雇用の場の拡大」を図り、「九州・アジア新時代の交流拠点都市・福岡」の実現を目指す、としてあります。

●現実を把握するデータが？

とても形は整っているのですが、その最初の「1. 福岡市経済の主な指標とその動向」では、増加させる「総生産」は平成17年度、拡大させる「事業所・従業者数」は平成18年の数字が出ています。20年度の計画で、その基づくデータが、その3年前、2年前のものなのです。経済の動きはどんどん変わっていきます。最高の収益を出した企業がアツという間に大幅赤字へと転落する。遠いニューヨークでの企業倒産で、アツという間にインフレからデフレに変わり、株価が下がり企業倒産が増える。経済環境は激変します。このような経済を的確にとらえ、経済政策を

本市で能動的に展開していく必要があります。今のデータの現状では、増加させるとしている「総生産」と「雇用の場」を政策によってどれだけ実現できたかをリアルタイムで確認することが出来ないのです。

◆これらの統計データの遅れを、どのように考えてあるのか？

<回答骨子>

- 統計データの遅れにつきましては、市内総生産は、内閣府が作成したマニュアルに基づき、各種統計調査結果を加工して推計しており、国や県と連携して作業を行っているため、公表までに一定の時間を要します。
具体的には、平成19年12月に内閣府が18年度の国内総生産を公表し、その後、国から関連資料を入手し、21年2月に福岡県が、3月に福岡市が総生産を公表しています。
- また、事業所・従業者数を調査する事業所・企業統計調査につきましては、毎年実施されているものではなく、周期的に実施されています。事業所・企業統計調査は18年10月に実施され、国・市ともに19年12月に公表されており、現時点では最新のデータとなっています。
早期公表の実現のためには国の対応が前提となりますので、地方公共団体への早期提供を要望しているところです。
- 全国の集計を待って統計データが公表されるが、市で集計すべきということにつきましては、市町村は法定受託事務として国の統計調査を実施しており、回収した調査票は統計法等により集計せずに国に返却するようになっています。
- また、工業統計調査、経済センサス等の統計調査は、本社一括調査が導入され、本社の所在地や企業の傘下支店の数に応じて、国・県・市で分担して調査を行っており、市内の事業所を福岡市だけで調査を行っているわけではありません。
- したがって、市域全体の調査結果につきましては、それぞれの調査主体が実施した調査結果を国において集計しなければ判明しない仕組みになっています。

<回答骨子> ※課長段階の案

- 計算の方法につきましては、各県・政令市は内閣府が自治体に配布しているマニュアルに基づき推計を行っており、公開されています。
- 本市独自集計は制度面等から難しく、統計データの早期公表のため、国・県に要望するとともに本市としても早期公表に努めていく。

そこでお尋ねします。これらの統計データの遅れを、どのように考えてあるのか？ 総生産、事業所・従業者数などの事実は、福岡市に存在するのですが、なぜそれが、全国の集計を待って、初めてデータが出てくるのか？ それを、地方主権の考え方に基づき、地域で主体的に集計し、その結果を中央に送れないのか？ その困難さ、しかし、その可能性に関して、現状どのように考えているか？ お伺いいたします。

●基本指標は地方で独自にでも

地方集計は難しいということですね。では、政府統計に関する各指標の計算のやり方のシステムを政府は公開しているのか？ 公開していないなら、基本指標の抽出は自治体として独自にでもやっていくべきと思いますが、現時点でのお考えを教えてください。

国の仕組を理由にして、福岡ではどうしようもないと言うのは止めにした。計算法が公開されているならば、それを基に、統計学的に幾つかのデータを入力する程度で比較的容易に、ある程度信頼できる速報値ぐらいは算出できるのではないかと思います。もちろん手法の開発は簡単ではないでしょう。しかし、経済の実態をよそよりもいち早く把握し、どこよりも早く経済を先導していく。先んじて新しい経済の流れを呼び込む機会が拡大すると思っています。

◆止めた理由、始めた理由をデータで説明してください。

<回答骨子>

始めた事業

ファッション産業の“振興”（平成20年度～）

- ・本市のファッション産業は、関連産業の事業所約5千、従業員数約3万人、関連学校17等、三大都市圏に次ぐ集積がある。アパレル産業に加え、理美容業界、デザイナー団体などファッションを支える産業は幅広く、ファッション産業の活性化は、大きな経済波及効果を創出し、福岡の魅力を高め、まちづくりの推進力となる。流通形態の多様化などで厳しい状況にあるファッション業界からの強い要請もあり、業界、県、市、商工会議所が連携して福岡アジアファッション拠点推進会議を設立。活性化事業を開始した。
- ・平成20年度からの3年間で福岡アジアコレクションを起爆剤に地場アパレルメーカーのブランドイメージを高め、リーディングカンパニーの育成、ウェブサイト合同ショップを出店するなど新しい販路の開拓、デザインコンテストやインターンシップ事業による若手デザイナーの育成を行って行く。これらにより、ファッション産業の集積を促進し、福岡のアジアにおけるファッション産業拠点化を推進することを目的としている。

【ファッション関連産業の概要】

（単位：事業所、人、百万円）

区分	事業所数	従業者数	出荷額・販売額・経費総額
製造業	(6.9%) 72	(3.9%) 923	(1.0%) 6,875
卸売業	(9.0%) 654	(9.3%) 8,233	(2.7%) 326,581
小売業	(21.2%) 2,791	(15.7%) 15,515	(17.0%) 323,759
美容業	(6.7%) 1,815	(2.7%) 6,531	(0.9%) 22,272
計	5,332	31,202	679,487

・製造業：平成19年工業統計調査、卸・小売業：平成19年商業統計調査より抜粋

（百貨店・総合スーパーの従業者数及び年間販売額は、全体の50%がアパレル関連）

・美容業：平成16年サービス業基本調査より抜粋

○アパレル関連販売額シェア

福岡県 卸売業 83.0% 小売業 45.2%(除百貨店・スーパー：46.5%)

九州 “ 65.7% “ 20.5%(除百貨店・スーパー：20.5%)

終了した事業

- ・終了した事業として、平成17年度に実施した「アジアビジネス“拠点化”戦略」推進事業があり、決算額は199万4千円となっている。
- ・アジアとの近接性という歴史的、地理的特性を最大限に活用し、アジアのビジネス拠点都市形成を図るため、福岡に本社若しくは支社を持ち、アジアとのビジネスを行う企業を対象に、ヒヤリング調査を行い、福岡の物流機能の優位点及び今後検討すべき課題を調査したもの。
- ・この事業は既に終了しているが、調査結果は、その後の国際物流や貿易関連企業の誘致活動に活かしているところであり、福岡の物流拠点性に着目し、日本市場への参入やビジネス拡大を目指す中国企業等の立地も実現している。

つぎに、平成17年度から平成20年度までの間に、止めた事業、始めた事業をおのおのひとつずつ、その止めた理由、始めた理由を指標、統計データなどを使って教えてください。



今のような説明で、各事業で使った決算額が適正であるのか、その額に対する成果が適正なものなのか、「いくらかけて、どれだけの成果が出ているのか？」市民に明確に伝えることが出来るのでしょうか？ 事業の目的は、「振興」とか「拠点化」といった言葉で述べられていますが、その目的実現のために限りある予算を使って実現する目標値が述べられていない。予算額と一緒にその目標値を明確に示す。そこで、始めて“1円さん”の価値が明確になってきます。

それでは、この「福岡市の産業政策」のいくつかの事業に関して、どのような経済指標・統計データに基づいて客観的な歳出効果を判断しているのかをお伺いしていきます。

◆「中小企業への融資制度」と「経営相談・診断助言事業」での成果指標は？

<回答骨子>

- ・中小企業の融資制度、経営相談・診断助言事業については、「融資件数」や「融資額」、「相談件数の増」によって、中小企業の経営が改善されたとすることはできないことから、現在のところ、“成果指標を設定していない”ところである。客観的な指標については、事業の目的等をかながみ、今後検討していきたい。



まず、「中小企業への融資制度」と「経営相談・診断助言事業」に関して、どのような客観指標を意識して事業を展開しているかお答えください。

成果指標を設定していないとのことですが、「融資」には、単純に「倒産件数の減少」が、「相談・助言」には、相談を受けた企業の「売り上げ増」が指標候補ではないでしょうか。指標が無いという事業は無しにしていきたい。ひとつで済まないものもあるかもしれません。ひとつの指標が複数の事業に絡んでいることもあると思います。しかし、ひとつの事業には事業者としてにらみ続ける事実、指標を最低でもひとつは準備して、客観的に管理していただきたい。

●お金を貸すだけでなく、仕事をつくる中小企業対策

最近話題の「返済猶予」に関するニュースである社長さんが、「我々が欲しいのはお金ではない、仕事が欲しいのだ。」とおっしゃってありました。仕事があれば、いずれ返さなければならなくなるお金を生み出せない。単純な事実です。中小企業支援施策は「お金を貸す」だけで終わってはならない。仕事をつくる中小企業対策、それが地方自治体での経済政策の根幹です。なぜ中小企業対策が自治体の根幹政策なのかというと、地方でないとその経済は実感できないから。そして、地域での経済実感と客観的指標を監視しながら、独自の「仕事づくり」を行う。北九州市と福岡市の政策は違わなければならない。それは、国による全国一律の政策ではなしえないものだからです。

◆「商店街の振興」の成果指標は？

<回答骨子>

- ・商店街の振興に関する指標といたしましては、「商店街活力アップ支援事業」の“施策活用団体数”や「商店街空き店舗等活用事業」の“施策活用団体数”、並びに「商店街人材育成事業」の“参加者数”を指標としており、これらの指標をもとに取り組みを行っております。
- ・なお、「商店街活力アップカルテ事業」は、商店街の組織や活動の実態を把握するための調査で、今年度事業を実施いたしております。

【政策推進プラン目標】

商店街活力アップ支援事業施策活用団体数		
H19	14 団体	H23 20 団体
商店街空き店舗等活用事業施策活用団体数		
H19	4 団体	H23 6 団体
商店街人材育成事業参加者数		H23 毎年 15 名

つぎに、「商店街の振興」に関して、今年度は「商店街活力アップカルテ事業」も始まっていますが、どのような客観指標を意識して事業を展開しているかお答えください。

●マーケティングデータは？

商店街振興に関しては、“施策活用団体数”や“事業参加者数”を考えているというお答えでしたが、それらは「商店街振興」の核心をついていない周辺の指標だと思います。把握すべき指標は商店街の総売上高ではないでしょうか？

そのようなデータが今存在しているのでしょうか？ また、総売上高を把握する事業を行うことは考えられないのでしょうか？ 商店街活力アップカルテ事業の中で、エリアのマーケティングデータ、たとえば、商店街の商圈内の人口構成、所得構成、購買力、売り上げが伸びている業種、地価などを集めることは考えてないのでしょうか、お伺いいたします。

<回答骨子>

- ・商店街の総売上高の把握は、個々の商店の売上高を把握することが前提となるものであることから、商店街の総売上高というデータは把握いたしていません。また、現在商店街活力アップカルテ事業において商店街の実態調査を実施しておりますが、「事業情報」にかかる内容についてご回答いただけない場合もあり、個々の商店の売上高という事業者にとって極めて重要な情報は調査を行っても開示していただくことは困難であると思われるため、自主的に把握する事業を行うことは考えておりません。
- ・商店街活力アップカルテ事業につきましては、商店街の実態調査を行うものであり、マーケティング情報を集めることは内容としていないところでございます。

<回答骨子>

- ・商店街の総売上高が把握できないと考えていることから、現在アウトプット指標である「施策活用団体数」等を採用しているところですが、市の施策を活用して、共同売出しやポイント事業、情報誌の作成や集客イベントなどの共同事業が多数実施されていることが、商店街が活性化していることの一つの目安になると考えております。
- ・より適切な指標設定のあり方につきましては、費用対効果や指標としての有効性なども踏まえて不断に検討してまいりたいと考えております。

商店街の総売上高の把握は困難だとのことご答弁でした。確かに、店舗から直接そのことを聞くことは困難でしょう。しかし、買う側に聞くことが出来ます。単純には、その街でお客がお金を使う額、「客単価」かける「客数」で売上高は出ます。ご答弁では「自主的に把握する事業」を行うことは考えていない、とのことですが、それなら、何を持って商店街が振興していると説明されるのかお答えください。

●需要側のデータなしに政策が作れるのか？

「商店街活力アップカルテ事業」ではどんな実態を把握して、どのようなことのために調査結果を生かすおつもりなのか？ 商店主、商店街という、供給側からの情報で、十分な政策は組み立てられません。需用者側情報、マーケティング情報は集めないとのことですが、それでは、どのような事実を基にして、商店街振興策をつくり出していくのか、教えてください。

<回答骨子>

- ・「商店街活力アップカルテ事業」は、商店街の組織や活動の実態を把握するための調査で、商店街数、立地環境、業種構成、景況感や来街者の状況、空き店舗数等のほか、商店街の運営状況や活動状況、さらには商店街が有する施設等の実態についてアンケートと訪問調査を行うものです。
- ・現在調査中の段階であるため、その調査結果をどのように商店街の支援に活かしていくかにつきましては、“調査結果を分析しつつ”積極的に検討してまいりますが、例えば、商店街の「衰退」の象徴である“空き店舗の解消”の取り組みについて、地域で求められる業種を把握して不足する業種を募集する取り組みを支援していくことなどが考えられます。
- ・また、商店街は“地域コミュニティの担い手”としても重要であることから、商店街が行っている公共的な活動を地域住民の方々にPRすることにより、これまで以上に地域住民の方々に商店街へ目を向けていただく取り組みを強化することも考えられるところでございます。



写真提供：福岡市

今、「商店街は地域コミュニティの担い手」とおっしゃいましたが、コミュニティはコミュニティがやること。商店街は買い物の場です。「空き店舗」は現状の結果として存在しているだけです。繰り返しますが、お店はあくまでも売上の増加を望んでいる。国が用意したプログラムを事業目的と考える本末転倒の考え方が、商店街振興策を無力なものにしていると思います。「今調査中だから、結果を分析して」ということも、指標が明確でなく仮説のない調査という証です。ただ、商店街の実態を知って物知りになるという成果しか期待できません。「カルテ事業」の成果目標を明確にして欲しい。年度途中ですが、売り上げ増のための調査をやっていただきたい。数百万の予算を使って、目標が明確でないのは問題だと強く申し述べておきます。

●「エコノミック・ガーデニング」政策

いま、アメリカでは、「エコノミック・ガーデニング」という経済振興政策が広がりを見せてきています。市域全体を庭園のように考え、その中に存在している企業を草木と考え、その企業ひとつひとつを草木一本一本のように、丁寧に育てていく。地形に、気候に、インフラにふさわしい、地域に根ざした経済振興策だと聞いています。福岡の商店街振興もこの考えに基づき、地域にふさわしいいろいろなものを取り扱う、特色のある個人商店や飲食店、専門店、大型商店などひとつひとつを丁寧に花開かせる。



長浜屋台

写真提供：福岡市

●特定の商品に特化した商店街

また、釜山のチャガルチ市場、国際市場。ニューヨークのリトルイタリー、ソーホー。京都の錦小路、福岡長浜のラーメン街のような特徴のある、ある特定の商品群に特化した商店街を意識してつくり出すことも考えると楽しい。ヨーロッパの雑誌「モノクル」の評価で小売り世界の福岡。商店街振興は、世界の小売り環境をもっと伸ばすものとして考えていただきたい。

さらに、企業ひとつひとつを指導していく、商品ひとつひとつを売り込んでいく。そのためには、マーケティングが解った専門家の力を借りなければならないのです。それらの専門家が頼りにするのは信頼できるマーケティングデータです。高価なデータベースにアクセスする必要も出てくると思います。仕事に追われている小さな企業では、そのような事実を日常的に観察し続ける余裕はありません。専門家によるアドバイス、データアクセスを公的事業として肩代わりし、情報とアドバイス提供を政策としておこなっていくことを是非検討していただきたいと思えます。ご所見をお聞かせください。

<回答骨子>

- 個々の事業者の求める情報は、事業分野等によって異なり、極めて多岐にわたることや、個々の事業者が活用する情報はその一部でしかないことから、事業者が求める情報を網羅するデータベースをあらかじめ構築することは課題が多く、慎重に検討してまいりたいと思います。
- 情報とアドバイス提供については、現在、中小企業サポートセンターにおいて、経営相談や専門家派遣を行っておりますので、個々の事業者が求める情報等をそのつど提供することや、アドバイザーを派遣することで、各事業者の実情に応じたきめ細かい支援が行えるものと考えております。

福岡では的確なマーケット情報がないまま、思惑だけで不動産投資が進んだ結果、今年の基準地価下落率は全国でも最悪を記録しています。実態にそぐわない地価の高騰は、価格の大変動により、大きな痛手を経済に与えます。公的に福岡市のマーケット情報を整備し、誰でも使えるようにすることによって、投資も安定するし、経済政策も確かなものとなります。地域のマーケティングデータを公的に提供していただくことを強く要望いたします。

◆「雇用・就労の促進」での成果指標は？

つぎに、「雇用・就労の促進」に関して、どのような客観指標を意識して事業を展開しているかお答えください。

<回答骨子>

- ・「雇用・就労の促進」に関する客観指標については、毎月、有効求人倍率や完全失業率が雇用情勢を判断する指標として発表されている。本市としてもこれらの指標を参考にするとともに、独自で実施している年2回の景気動向調査において、各業界の雇用動向をヒアリングし、実態の把握に努めている。
- ・また、本市の人口構造や産業振興の方向性も踏まえ、就労への一步を踏み出せない無業の「若者に対する就労支援」や「情報関連産業分野における人材確保」の支援を行っている。

「雇用・就労」に関しては、ほとんどリアルタイムの指標が準備できているようで、とても好ましいデータ環境と思います。「若者に対する就労支援」も「情報関連産業分野における人材確保」も、的を射た事業ではないかと思えます。是非、成果指標を決算に絡める事業展開の先事例として育てていただきたいと思います。



HP: 福岡市しごと情報

URL:<https://ssl.city.fukuoka.lg.jp/shigoto/>

<回答骨子>

- ・雇用情勢の調査や共同事業の打ち合わせなどのために、ハローワークの職員との間で資料の提供を受けたり、ヒアリングなどを実施しており、業種や職種毎の動きを把握するなど、その内容を施策に活用しております。
- ・例としまして、「情報関連産業は企業が求職者に求める能力が細分化しており、労働力需給のミスマッチが起こりやすい分野である」というハローワークからのヒアリングを基に、本市ホームページ内に業種・職種を細かく設定できるようにした、「情報関連産業 求人・求職情報システム」を作成・運営しております。

●伸びてる中小企業を伸ばして雇用を増やす。

私は雇用創出のためには、伸びている企業・事業をのばす政策が一番効果的だと思っています。そのための一つの有効なデータとして、ハロー・ワークの求人情報を企業・事業別に整理し、このご時世で人を求めている企業が行っている事業を積極的に支援していくような経済政策を考えてはどうかと思っています。いままで、ハロー・ワークのデータなどを使って、経済政策を考えたことはあるのでしょうか？ あるのならどのような政策に使われているのか？をお聞かせください。

求人と求職のギャップをうめる事業にハローワーク情報を使っているということですが、確かにそこに、経済政策として、やらなければならないことが見えて来ると思います。「求人が多い特定の分野」があり、しかし、その分野の雇用条件がよくない。それなら、その条件がよくなるようにする。また、「求職が多い分野」に適当な求人がないならばその分野への参入を支援するような政策を考える。簡単なことではないと思いますが、少なくとも、事実として公的刺激を与える課題は見えてきます。画期的な施策を期待いたします。

●創業支援から、セカンド・ステージ支援へ

伸びている企業・事業の支援策として、エコノミック・ガーデニング政策では創業支援からセカンド・ステージ支援へ、施策の重点を移してきています。福岡市でも、セカンド・ステージ支援、また、企業の成長に応じた、伸びている事業の支援を、是非考えていただきたい。現時点での当局の所見をお伺いいたします。

<回答骨子>

・本市では、業種を限定せず幅広い創業者を支援の対象とし、経営相談やセミナー、インキュベート事業、経営者や専門家との共働による福岡市創業者応援団事業の実施など、創業者の成長段階に応じた支援に努めている。創業後も、人材育成、販路開拓、資金調達などの経営課題に対して、商工金融資金による資金調達の支援や中小企業サポートセンターでの経営相談や、専門家の派遣、地場中小企業の新たな取引のきっかけづくりを目的とした商談会などの支援施策を用意しており、個々の企業の実情に応じたきめこまかい支援を行っているところである。

すでに創業支援をした企業に対して、創業支援後もずっとフォローしているとのことで、安心いたしました。是非もっともっと伸ばしてやってください。

●みんなで同じものを競い合ってつくる

少し話を変えて、博多名物明太子の話をしします。「日本が輸入している“たらこ”の60%ぐらいは福岡に集まっている。」わたしが調査仕事で記憶している事実です。博多の明太子は、商品を開発した人が、特許などせずに、製法をオープンにして、誰でも参入でき、競争できるようにしていたので、これだけの産業に成長したと聞いています。決して“たらこ”や“唐辛子”の産地だったわけではない。商品の作り方をオープンにして、みんなで他でつくっていない売れる商品をつくり、それをみんなで食べ続けただけなのです。博多ラーメンも同じようなものではないでしょうか？ 売れる商品を競争下でつくらせて、自発的な改善のサイクルを定着させ、競争力のある企業群をつくりあげる。



提供：福岡市

●ノウハウをオープンにし競争しながら雇用力強化

大樹の下に、中木、低木、そして草花まで育てて、大きな生態（エコ）としてのエコノミーをつくりあげる。産業クラスターづくりのような、学校、研究所から、インフラまで見極めた大経済政策ではなく、もっと単純に、伸びている事業や商品をとにかく育てる。支援する前提はノウハウをオープンソースとして誰でも参入できる競争下に置き、群として事業を育て、企業を育てる。具体的で、大きな雇用力を育てる施策だと思います。



このような施策は、特徴のある商店街づくりにも繋がるし、創業セカンド・ステージ支援にも重なる。さらに企業のすべてのステージで伸びている商品を意識して伸ばしてやることにより、産業群としての新たな経済基盤を福岡につくり出すことになる。

◆「企業立地の推進」での成果指標は？

<回答骨子>

- ・企業立地の促進に関しましては、立地を呼び込むインセンティブとしての「企業立地促進交付金」の“交付件数”を指標として、誘致活動に取り組んでおります。

つぎに、「企業立地の推進」に関して、どのような客観指標を意識して事業を展開しているかお答えください。

<回答骨子>

- ・企業立地促進交付金は、企業規模の大小を問わず、本市が掲げる戦略的な産業分野の企業の立地を促す初期投資軽減のための制度です。その交付額の算定は、交付対象企業の投資額に一定の比率を乗じて積算するため、投資規模が大きい立地案件の交付額が大きくなります。お尋ねの年度毎の費用のバラツキにつきましては、それぞれの年度によって企業の業種や規模が異なることによるものです。例えば、平成18年度は大規模コールセンターの立地により、件数の割に交付額も多く、また、雇用者数も大きなものとなっています。
- ・いずれにしても、今後とも産業を取り巻く動向をしっかり見据えながら、新たな雇用創出と本市経済の活性化のため、地道な誘致活動に取り組んでまいります。

「企業立地の促進」に関する指標はシンプルな「交付件数」です。分かり易い。しかし、ここで、実績件数で決算額を割ってみる、即ち、1つの企業を呼んで来るのにかかった費用を計算してみると、17年度から順に、約340万、約1099万、約801万、約750万となります。18年に予算が大きく伸びているのですが、1件成約させるためのコストは、ぐっと上がって、そして、少しずつコストが減っている。それでも、20年度は17年度の倍以上のコストをかけているということが見えてきます。この変化の実情について当局としてどう思われるか、見解をお伺いいたします。

交付額は企業投資額に比例しているとのことですが、それなら、成果指標としては“交付件数”よりも、“雇用者数”の方が、より関連づけやすいのではないかと思います。他にも適当な指標があるかもしれません。複数指標を設定してそれを観察し続けて、より適正な指標を選んでいくかどうかと思います。

●エコノミック・ハンティングからガーデニングへ

ただ「企業誘致」にかんしては、「エコノミック・ガーデニング政策」では、“外から企業をつれてくる”のではなく、“地元が存在している企業を育て、地域内から外へ出していく”ことを考えるべきだとしています。経済原理でうごく、できあがった企業の誘致を進める。本社は別のところにある。それでどれだけ経済的なメリットがあるのでしょうか？ 誘致促進予算を減らしても、それらの企業は勝手に立地したのではないか？ 果たして、企業誘致にこれだけの予算を使って、わざわざ外からの企業を呼び込むことが有効なのか？ それよりも、企業育成の方に税金を使う方がいいのでは？ 企業誘致か企業育成か、どちらが効果的か？

●基準年を100として指標化すると…（試論）

これまで、主だった成果指標について、聞いて参りましたが、ここで一歩進めて、事業間の費用対効果比較をするために、ある年度、たとえば21世紀の初めの2001年など、どこでもいいのですが、その時点での成果指標をすべて100とする。例えば、ある事業の指標が8件、別の指標が121万人であっても、おしなべて100として、各指標を作る。そしたら、今度はその指標の100からの変化の具合で成果を他の事業と比較出来るようになる。具体的には、ある事業は成果指標が80に下がっている、ある事業はそれが150に上がっている。予算規模が同じならもちろんどちらに、“1円さん”を振り向けるかは明かです。



●“1円さん”平等分配論（少し誤りあり）

さらに、100でそろえた指標を決算額で割る、一円当たりの効果（“1円さん”がどれだけ働いたか）を各事業で比較する。そうしていくと事業間の予算効果が比較できる。少し、詳しく述べると、「まず、“1円さん”ひとつひとつが、どれだけの成果指標を獲得しているかを見る。そして、成果指標獲得数が少ない、遊んでいるかもしれない“1円さん”を、働き過ぎ、たくさん成果指標を獲得している“1円さん”の手伝いに向ける。言い換えると、どの“1円さん”も、平等に働くように、再配分する。そうして、初めて予算の1円1円が、平等に有効に働く状態で、そこで最大の予算効果を実現する状態に成るのです。“1円さん”に平等を！ 富の再配分のポイントです。」

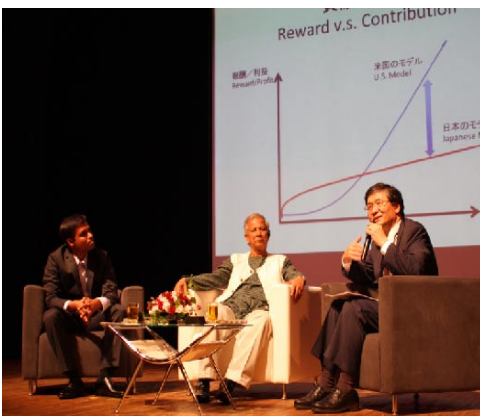
もちろん、時間とともに指標化当初には見えていなかった事実も現れてくる。そしたら、その段階で新たな指標原点をリセットする。このような継続的で客観的な指標化作業を継続する。また、事業の価値を計るはかり方、指標設定も、そもそも事業をどう考えるかによって違ってきます。たとえば経済成長を株価で測るか、個人所得で測るか？ 深く考えて決めた指標をきちんと見つめ続ける継続的な作業の先に、どちらを選ぶか？ 何を選ぶか？ 初めて富の再配分における普遍性への戦い、即ち“政治”が行える地平が広がると思います。現状では決算の議論は、予算を無事に執行したかどうかで止まっている。適正な税の執行がおこなわれているか、きちんと市民へ伝わっているのか心配です。

◆経済振興に活かせる最近の動き～成長中のアジアとつなぐ

少し、最近の関心事を述べます。つい最近、9月27日に九州大学は、マイクロクレジットという新しい金融商品を大きく育て、「貧困博物館」をつくり、貧困を博物館の中にだけ存在するものとする、というノーベル賞受賞者ユヌスさんと、これからの社会づくり、経済づくりのための技術開発を共同しておこなうことを調印しました。

たまたまその次の日に読んだ雑誌エコノミストのトップ記事と特集は、“モバイル・マネー”がテーマで、開発途上国で携帯電話を使った信用交換が急速に普及し始めているとの記事でした。さらにその直後、「グーグルがインターネット電話事業を始めようとしている。ただし、それはこれまでと違って、既存の電話番号には繋がらないというもので、AT & Tが猛反対をしている」とのことがある人から聞きました。

なるほど、バングラディッシュには、AT & Tもメガバンクもない。そのことがグラミン銀行を育てている。ケニアでもあつという間に、モバイル・マネー、日本でのお財布携帯のようなものが普及している。既存の経済勢力が無いところでは、既存勢力のビジネスモデルを凌ぐビジネスモデルが潜んでいる。そのことを、バングラディッシュで九州大学が新しいビジネス・イノベーションを模索し始めた。それは、福岡のために何か新しい経済の芽を育てるのではないかと、いま思っています。



ノーベル賞受賞者ムハマド・ユヌス氏講演会

写真：九州大学

URL:http://www.kyushu-u.ac.jp/topics/index_read.php?kind=&S_Category=&S_Page=&S_View=&word=&page=&B_Code=2178

◆福岡市が21世紀の新しい産業を、競争力を育てる

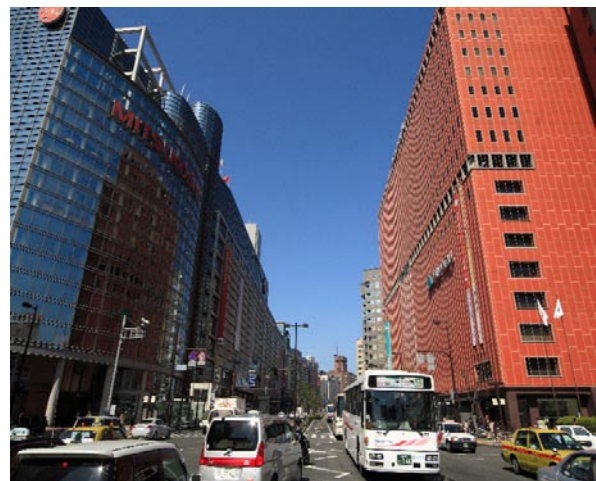
最後にまとめます。第1には、日々変わり続ける市場に対応する経済支援体制を、まずデータ面でつくり上げ、「福岡での経済活動を他よりも確実なもの」と評価される状況をつくっていく。第2には、伸び率の高い企業・事業を育てる。業種ではなく、規模にもよらず、とにかく伸びている事業・商品をもっと伸ばす。このことで、その分野の雇用が増え、その分野での経済力が蓄えられる。第3には、新しい分野におけるイノベーションを開発途上国と一緒にいき、新たな経済成長の芽を育てる。この3点を経済政策として提案いたします。

1. 日々変わり続ける市場に対応する経済支援体制を、まずデータ面でつくり上げ、「福岡での経済活動を他よりも確実なもの」と評価される状況をつくる。
2. 伸び率の高い企業・事業を育てる。業種ではなく、規模にもよらず、とにかく伸びている事業・商品をもっと伸ばす。
3. 新しい分野におけるイノベーションを開発途上国と一緒にいき、新たな経済成長の芽を育てる。

<回答骨子：市長>

- ・本市を取り巻く経済情勢は、依然として大変に厳しい状況にあることから、現在、経済・雇用対策を最重要課題として、鋭意取り組んでいるところであります。
- ・このような中であっても、地域経済の活力を向上させるため、商業都市という本市の特性を踏まえ、成長を続けるアジア地域を始めする国内外との人・モノの交流を活性化させるよう、集客産業や国際ビジネスの振興に力を入れるとともに、大学の集積による豊富な人材を活かし、情報関連産業やデジタルコンテンツ関連産業など、知識創造型産業の集積を図り、将来の本市を支える産業の育成に取り組んでまいります。
- ・また、「創業しやすいまち・福岡」を実現していくため、福岡市で起業しようとする創業者に対して、低廉な使用料で事務所を提供するインキュベーション事業、福岡市を代表する先輩経営者等が経験を踏まえたアドバイスなどを行う福岡市創業者応援団事業など、成長段階に応じた支援を行っております。これらの支援を受けながら、創業者自らもインキュベーション施設に入居したことによる信用力や、福岡市創業者応援団の人脈などを活かし、事業の継続、拡大を進めており、創業者の方にも高く評価されているところであります。民間の創意工夫や発想に基づいた創業や経営に対して個々の企業の実情に応じたきめ細かい支援を行うことにより、新たな経済成長の芽を育て、福岡市の経済活性化という大きな木に育てていきたいと考えております。

このような経済施策が行われつづけると、結果として沈滞した日本経済の中で、福岡市が率先して、新しい21世紀の産業を、競争力を育てることとなる。不況のいまこそ、そのチャンスであることを申し述べまして、これからの経済振興策に対する市長のご所見を伺いし、私の質問を終わります。



写真提供：福岡市