

「まるはだか宣言」「情報開示」と「都市営業」がキーワードです

信

用。世間ではこれが重要なキーワードになってきました。一般にはまだ聞き慣れない言葉ですが、「コンプライアンス経営」という言葉が企業経営の世界で注目されています。食中毒やリコール隠しなど、顧客・消費者の安全を脅かす不祥事が続発したため、企業と消費者との信頼関係が大きく揺らいできたことを受けて、信頼を取り戻すために叫ばれているのが「コンプライアンス経営」です。「IR(インベスターリレーションシップ)」という言葉も注目されています。企業が投資家に対して、製造者責任に関わる情報や社会貢献、不祥事・トラブルなどの情報を積極的に開示することで、投資家との信頼関係を維持しようという意味です。このように、健全な経営には「信用」というものが大変重要で、そのためには、積極的な情報開示が不可欠なのです。

市の信用力を高めるため、そして三浦に来て、知って、買って、住んでもらえるまちになるために、「求められれば公開する」のではなく「ぜひ全部見てください」とまるはだかになって市民の中に、日本中に、そして世界中に飛び出す情報受発信と意思疎通のためのしくみをつくります。(「まるはだか宣言」より)

ポ

イントは、大きく2つあります。ひとつは、**積極的に情報を開示していく、と明言した点**です。9月の市議会(第3回定例会)で、新たに情報公開条例が制定され、公開請求をすることのできる人を限定しないなどの点が盛り込まれました。これは一歩前進といえます。しかし、請求されなくても、どんどん開示していけば、あらぬ誤解を招くことも、不信を招くことも少なくなるはずですが。相手に信用してもらおうと思えば、本当の自分の姿をさらけ出すことが必要です。その上で、批判を受けることがあっても、嘘やごまかしで問題を放置するよりも、結果的には“楽”なはずですが。また、市が発行する債券(市債)についても、すでに取り扱い銀行などでは“格付け”をはじめとしています。格付けが低い債券は取り扱い手数料を高くする、といったことが、実際に行われているようです。こういう場面でも、市の信用力が大きく影響してしまいます。

も

う一つのポイントは、**この都市を売り込む(都市営業をする)という姿勢を示した点**です。私たちにとって、三浦市という都市は市外の人たちに対して提供する「商品」です。観光商品であったり、不動産商品であったり、イベント開催場所という商品であったりします。商品を売り込む(営業する)とき、詳しい商品説明をするのは当然です。詳しい説明をためらうようなセールスマンが薦める商品は、間違いなくインチキ商品です。市民の皆さんに対して提供しているサービスの品質についても同様です。市は「なぜ、このサービスを提供することに予算をつけたのか(つけなかったのか)」という**政策判断に関する説明責任**も重要ですが、「このサービスの“対象”“価格(利用料)”“内容の水準”などを、どういう理由で決め、どのくらいの“満足”を得ているのか」という**品質に関する説明責任**も、忘れてはなりません。