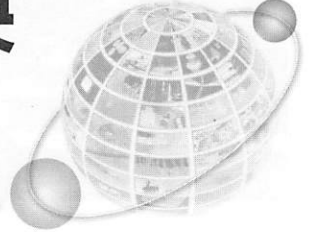


デフォルトの変換

情報公開クリアリングハウス理事 奥津 茂樹



デフォルトとは経済・金融分野では債務不履行を意味する。一方、コンピュータ分野では初期設定のことである。違いはあるが、何もせずに「放置」してきた点で共通している。しかし、案件によつては、これ以上の「放置」はできず、デフォルトの変換を迫られることがある。私たちが今直面するマスク着用の緩和も、コロナ禍におけるデフォルトの変換である。感染拡大防止と社会経済活動の両立をにらみながら、これ以上「放置」できない難問なのだ。

「官官接待」という因習

私自身の経験を振り返ると、情報公開を通じて数多くのデフォルトの変換を仕掛け、実現してきたなあと思う。

自治体や国が保有する行政情報の公開を市民が求めて、さまざまな物事に関する事実を明らかにする。そこに不合理や不誠実などの課題があれば、社会や政治を巻き込んでデフォルトは変換の方向へ動き出す。

そんな事例の一つが「官官接待」であった。これがどのような因習だったのか、若い読者は知らない人が多いだろう。もちろんネット検索をすれば、いまだに2000万件以上の情報がヒットする。

この言葉の名付け親が私だが、税

金を使って官僚が官僚を接待する事実を象徴的に表現した。余談になるが、私は大学から大学院にかけて上野動物園でアルバイトをしていた。そのときに亡くなったパンダが「カンカン」であった。その語感を生かして命名した。

官僚だけでなく自治体職員にとっても、税金を使って飲食接待をすることは当たり前であった。それは、まさに「放置」されてきたデフォルトである。情報公開はこれを変換するための大きな力になった。私の着想に反応し、全国市民オンブズマン連絡会議が全国的に取り組んでくれたからである。

ここで当時の報道の一節を引用したい。1995年のNHKニュースの記事である。

「広島県の課長が新橋、赤坂、麻布

の店をはしごして31万円。新潟県では食糧費としては請求できない芸者の代金11万円が。名古屋市は中央官僚らを集めたパーティーに381万円を使った。市民団体では全国で年間300億円の公費が官官接待に充てられたと試算した」

情報公開による変換

若い職員からすれば、今やありえない非常識なことが「放置」されていた。そして、社会的な非常識が役所の常識であることに、何の疑問も持たれなかったことに驚く。自浄作用というガバナンスが欠落していたと言わざるを得ない。

「官官接待」に続いて、官僚が報道機関を接待する「官報接待」も批判された。さらに全国各地でカラ出張が明らかになり、これによる裏金作りも問題となった。情報公開を通じて、いずれもデフォルトの変換が進み、改善されている。

また、私は土地開発公社の取得用地が塩漬けになり、含み損、金利、取得費が増大していることに警鐘を鳴らした。その結果、全国各地で取得用地の処理が進んだ。土地開発公社を廃止し、これによる先行取得と

いうデフォルトを変更した自治体も少なくない。

さらに、住民票の大量閲覧制度というデフォルトも情報公開によって変更された。これも若い読者のために説明するが、住民基本台帳法に基づき、誰もが自由に4情報（住所、氏名、生年月日、性別）を閲覧できる仕組みである。

一人暮らしの高齢者や女性などのリストを容易に編成できることから、個人情報保護はもちろん、犯罪防止の観点からも原則公開というデフォルトの早期変更が必要だった。しかし、法改正まで、10年近い時間がかかった。

初期設定への疑問

以上のようにデフォルトを変更していくためには、情報公開制度が有用である。それは、この制度が外部からは見えなかった事実を明らかにして、それに対する多様な視点での検証を可能にするからである。ただ、情報公開がされればデフォルトが変更できるわけではない。

最近、それを実感できる経験をした。このコラムでも紹介したが、私は地域のボランティア活動として商

店街を設立して、川崎市、神奈川県補助事業を利用してきた。さらに、昨年末には経済産業省「がんばろう！商店街」事業に応募し、採択された。事業規模は約210万円で、大規模な事業である。

これらの事業を通じて、疑問を感じたことがある。それは商業・地域振興に関わる事業効果の測定指標であり、これも税金を資金とする事業で、これを利用する私たちも説明責任を果たさなければならぬ。

各事業の目的、内容、方法等は提案の段階で説明・公開し、振り返りを通じて実施報告をする。こうした一連の説明の中で、もつとも気になるのが事業効果に関する項目だ。いずれの事業も事前に目的を明示し、これを実現できたか否か客観的な効果測定を求められる。その必要性は疑う余地がない。ただ、項目・指標に疑問を感じた。

たとえば、事業の実施前後における、商店街加盟店の売り上げ増減の書き込み欄がある。しかし、そもそも売り上げは、イベントを中心とした短期的な事業だけで増減するものではない。また、最近の物価高のよりに外部環境によっても大きく左右される。

他には、商店街の交通量や空き店舗の増減を指標とする例もある。しかし、前者については通行人の中には通勤、通学のために商店街を通過するだけの人も多く、その増減をはかる意味が見えない。また、後者については、売り上げ以上に外部環境に影響されるため、短期で単独の事業だけで改善されるはずがない。

他にも「事業効果」の指標に疑問が残る例が多かった。そして、ここにもデフォルトの「放置」があるように感じた。情報公開がないからではなく、関係者が事なかれ主義に陥り、疑問を飲み込んでしまうこともデフォルトの変更を困難にする。

事なかれ主義を越える

「事業効果」についての説明は必要不可欠である。しかし、そのための指標は事業に応じて大きく異なるはずだから、もつと柔軟に設定すべきではないか。売り上げ、交通量、空き店舗率以外にも、数値化できる指標があるはずだ。

また、「効果測定」の客観性を求めるあまり、数値で測れることに指標が傾きがちだ。インターネットサイトの書き込みのように、事業に参

加した地域住民の感想、意見など、主観的な情報も、もつと大切にしたいのではないかと。

前者について、私たちが重視する客観的な事業評価の一つが、LINE公式アカウントのインサイトである（本連載257回参照）。一連の事業等を通じて、友だち登録は当初の80人から約8倍に急増し、事業終了後のブロック率も10%台にとどまっている。こうした固定ファンを獲得し、地域における実効的な連絡網を得たことも、商業・地域振興につながる。

後者については、「がんばろう！商店街」の中で参加者の声を拾い上げてきた。そこには商店街や加盟店に対する応援や期待の言葉が連ねられていた。こうした数値にはならない言葉も、「事業効果」をはかる上で有効ではないか。

黙って事業費をいただき、既定どおりの「効果測定」をすることもできる。しかし、この場を借りて、あえて疑問や提案を取り上げてみた。事なかれ主義を越えて、より良い方向へデフォルトを変更したいからである。

これからも「はだかの王様」を指摘した子どもそのままのままだいたい。