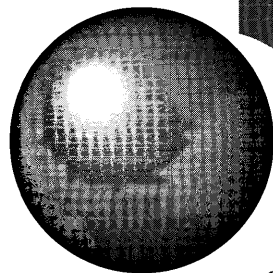


事業の概要と今年度の取組状況

都市経営局政策課担当係長 渋谷 治雄



①はじめに

横浜市では、平成14年度から「アントレプレナーシップ事業」をスタートさせた。この事業は、緊急性・必要性の特に高い、「市民のための事業」を、提案した職員自らが企画から事業化まで責任をもって行うことができるもので、新規事業立ち上げの促進と職員の意識改革・組織の活性化をねらいとしている。

ここでは、アントレプレナーシップ事業の概要と15年度の事業経過について報告する。

②導入の背景

(1) 施策研究会

本市では、市民ニーズの多様化や社会経済情勢の急激な変化に対応し、増大する局際のかつ横断的な行政施策を効果的に推進するため、柔軟な組織運営が可能なプロジェクト方式により「横浜市政策プロジェクト」を平成7年度から進めてきた。具体的には、そのときどきの様々な政策課題、例えば「市民参加推進」や「子育て支援」などいくつかのテーマについて、局横断的に検討し、モデル事業化を目指すものであった。

平成10年度からは「施策研究会」

と名称を改め、即事業化を目指すのではなく、市長と若手職員が議論する場として、「行政評価」「市民の暮らしやすさ指標」などのテーマについて検討してきた。検討メンバーは、指名及び公募により選ばれた庁内課長・係長級職員により構成された。

現在のアントレプレナーシップ事業は、この「施策研究会」の枠組みが基礎となった。

(2) 市役所構造改革

平成14年度から、横浜市では中田市長のもとで、市役所分権宣言をはじめ、市役所の構造改革に取り組んでいる。このアントレプレナーシップ事業も市長の提案による改革の一つである。アントレプレナー(Entrepreneur)というのは起業家という意味である。民間企業の中には社内ベンチャー制度により新規事業を展開し成功する例も多いが、市役所には失敗を許さない風土が残っており、なかなかチャレンジ精神を發揮する機会が少ない。この事業は、受け身で事なかれ主義に陥りがちな「公務員マインド」を変えていく契機になるのではないかと考えている。

③事業の趣旨・ねらい

(1) 「市民のための事業」の推進

18の行政区、350万を超える人口を抱える横浜市において、ますます多様化・個別化する市民ニーズにきめ細かく応えていくためには、市民の声を身近で聞くことができる第一線で働く職員の発想や提案を活かした事業展開が効果的である。

市民生活の第一線に立つ職員自らが、市民ニーズに即した具体的な事業を企画・提案し、実際にその事業に携わることができる「アントレプレナーシップ」事業により緊急性・必要性の高い「市民のための事業」の実現をはかる。

(2) 職員の意識改革・組織の活性化

自らが企画立案した事業の内容が優れていれば、事業の予算化や組織づくり、所管局への異動も可能になるという、職員がチャレンジできるこの新たな仕組みは、職員のモチベーションを高め、意識改革が促進されるとともに、市役所全体の組織風土の改革にもつながるものと考えている。

④事業の流れ(平成15年度)

アントレプレナーシップ事業は、検討テーマ・メンバーの募集・選考

から始まり、検討チームの立ち上げ、事業化提案に向けた検討、事業化提案、審査という流れで進み、事業化が認められたテーマについては、実施メンバーの所管局への異動、事業開始となる。

なお、昨年度は年度途中からの開始であり、検討テーマも予め設定されていたため、実際の流れにそって実施できたのは、15年度が1年目ということになる。

(1) テーマの公募

まず、年度当初に検討テーマを職員から募集する。身近なテーマについて、市民の生活満足度を向上させる身の丈サイズの新規事業を提案してもらう。募集期間は約2週間。応募にあたっては、職種・職位の制限は特に設けていない。

(2) テーマの審査・決定

応募のあったテーマの中から、都市経営局、総務局、財政局の課長級で構成される選考委員会で、事業の緊急性や必要性、独創性、具体性、既存事業との関連性などの観点から検討候補テーマを絞り、都市経営執行会議(副市長による会議で、局区

の重要な施策事業について議論し判断する会議)に諮り検討テーマを決定する。

なお、ここで、選外となった提案の中でも、必要性が高く重要なテーマについては、関係局に提案の内容を伝え、今後の事業推進の参考としている。

(3) メンバーの公募

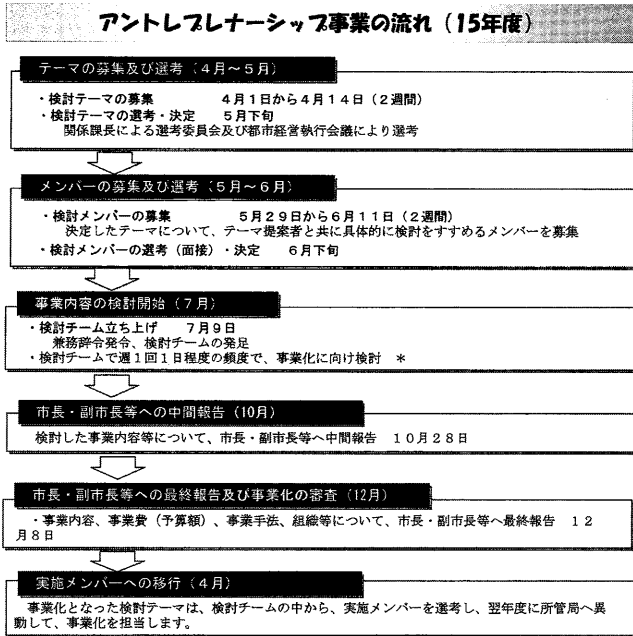
決定したテーマについて、テーマの提案者と共に事業提案に向けた検討を行うメンバーを募集する。応募者は申込書に、応募理由の他、応募するテーマの必要性や課題、具体的な事業イメージなどを記入した上で、所属課長、人事主管課長の意見を添えて提出する。応募にあたっては、チームではなく個人応募とし、職種や職位の制限は特に設けていない。

(4) メンバーの決定

応募者の中から、書類選考や個別面接を経て、テーマに対する理解度や、本人の意欲、職場の状況なども考慮した上で、検討メンバーを選考し決定する。

(5) 事業化検討

①兼務辞令の交付
検討メンバーに都市経営局への兼務辞令を交付し、各チームのリーダーを中心に検討が開始される。



*サポート体制
検討チームによる事業内容の検討を支援するため、関係局によるサポート体制を組みます。

② 検討開始

検討は、各チーム毎に1週間に1日程度のペースで行われる。検討に必要な事務スペース、パソコン・コピー等の事務用品等はあらかじめ用意されている。

③ サポートメンバー

検討チームによる事業内容の検討を支援するため、各チームの意向も踏まえ、都市経営局政策課、検討テーマに関連する関係局によるサポート体制を組む。

④ 検討期間

検討期間は概ね5ヶ月程度。その間に事業内容や事業手法、事業費（予算額）、組織などの提案をまとめる

(6) 事業化の提案・審査
検討チームから、事業内容、事業

手法、事業費、組織等について市長、副市長等へ最終報告を行う。これに基づき、都市経営局、総務局、財政局により、費用対効果、事業の具体性などの視点で事業化に適するかどうかを審査し、その結果を都市経営局執行会議に諮る。最終的には、翌年度予算の市長審査の中で予算額を含めて最終決定される。

(7) 実施メンバーへの移行

審査の結果、事業化となったテーマについては、検討チームの中から事業実施メンバーを選考し、翌年度に所管局へ異動して事業化を担当する。

⑤ 平成15年度の状況

先に述べたように、昨年度は、アントレプレナーシップ事業の初年度

で、年度途中からの実施ということもあり、予め検討テーマを設定した上でメンバーを募集したが、今年度は、「起業」という事業本来の趣旨にふさわしく、テーマの提案から応募を行った。その結果、応募件数55件、チーム編成を含めた応募者数は98人になった。

応募テーマを分野別に見ると、ごみや環境問題に関するテーマが最も多く、次に文化・地域活動に関するテーマが多かった。

これらの応募の中から、今年度の検討テーマとして、①民の力を活かした風力発電の事業化②学校給食への市内産農産物の供給拡大③「ミュージアム・シティ・ヨコハマ」づくり④市民提案・市民主体の身近なま

ちづくり⑤民間とのタイアップによる広告料収入の拡大、の5つのテーマを決定した。これに引き続き検討メンバーの募集を行い、選考の結果33人のメンバーが決定した。最終的に、テーマ募集及びメンバー募集に応募した職員の総数は昨年の2・2倍となる133人になった。

7月9日の業務辞令交付以降約5ヶ月間にわたり、各チーム毎に概ね週1回程度、事業化に向けた検討を進め、10月の中間報告を経て12月に市長、副市長への最終報告を行った。

結果としては「風力発電」、「身近なまちづくり」、「広告料収入の拡大」の3テーマが来年度から事業化されることとなり、「学校給食」「ミュージアム・シティ」の2テーマについ

ては、関係局区において引き続き検討されることとなった。

⑥ 事業推進に向けて

アントレプレナーシップ事業を今後より円滑に実施していくにあたっては、公募職員の意向が十分反映できるようにテーマ・メンバー選考方法の検討、提案された事業と関連する既存事業との調整、事業化することとなった各事業を受け入れる局の意識改革などといったいくつかの課題もある。

いずれにしても、本事業はまだ始まったばかりであり、今後も事業を実施していく中で適宜必要な見直しを行いながら事業推進を図る必要がある。