

## 従来の行政、民間の役割と責任

▶地域、行政分野といった公共性の高い課題の解決は、行政の役割であり、行政が責任をもって担当する分野である。

▶公共性が求められない営利活動に関する課題の解決は、民間企業の役割であり、健全な経済活動を行うことが民間企業の責務である。

### ☞公共性の高低が、官民による役割分担の目安

## 従来の官民連携の考え方

▶民間企業にとって、本来業務とは無縁なボランティア活動を行うこと。

▶自治体からの下請け的業務（第二の公共）を行うこと。

▶自治体主導で民間企業が黒子になるイベントや事業内容。

### ☞自治体寄り（行政主導型）の官民連携

## これからの行政、民間の関わり方

▶多様化する地域、行政課題に的確に対応するためには、公共性の高い分野であっても、民間企業を実施主体に組み込む必要がある。

▶民間企業にとって、地域課題解決を持続的な事業活動にするためには、「公共性」と「営利性」をバランスよく保つ必要がある。

▶民間主導で自治体が黒子になるイベントや事業内容。

### ☞公・民バランス型の官民連携

# 公・民バランス型の官民連携による地域課題解決型ビジネスの実例

## 衣類のリサイクル編

※地域貢献×新たなビジネスチャンスにつながった実例1

### ●自治体

リユース、リサイクル可能な衣類は、可燃ごみとして排出させないことでごみ減量に繋げたい。

### ●事業者(リサイクル品回収業者)

衣類リサイクルについては、すでに海外に販路を持っているため、より多くの衣類を効率よく回収したい。

### ●市民

もったいないけど、仕方なく燃えるごみの日に衣類を捨てている。



### 地域課題



### 自治体

燃えるごみから衣類の削減

### 民間活力



### リサイクル品回収業者

衣類リサイクルを世間に広めたい

×

## 市役所、まちづくりセンター等、計34拠点に設置



資源物として買取(自治体の歳入)

事業者の倉庫に保管



海外へ売却(新ビジネス)



回収拠点数を制限、不定期回収とすることで収集運搬費を無料

## ◆実例1：3Rとごみ減量と衣類回収



### (自治体)

燃えるごみの減量は、CO<sub>2</sub>削減や焼却灰の埋立量にも影響する喫緊の課題。燃えるごみの減量には、ごみの分別を徹底することが効果的で、特に衣類等のリユース・リサイクル可能な可燃ごみの分別を促進することが行政課題であった。



### (リサイクル品回収業者)

事業者は、衣類等を中心に地域で戸別回収を実施し、回収した衣類等を主に東南アジア、アフリカに向けて輸出するといったビジネスモデルを展開していた。しかし、大量の衣類等を効率よく回収することが課題としてあった。

### (地域課題解決策の実践) ※ソーシャル・イノベーション

そこで官民連携により、自治体側で市全域に衣類等の拠点回収先を設置。また広報を通じて市民に周知した結果、捨てるのはもったいないと考える市民が積極的に衣類回収を活用するようになった。

大量の衣類等を効率よく回収可能になった事業者は、収集運搬コストを自己負担し、さらに回収した衣類をkg単価で自治体から買取る仕組みをとっている。



### (三方よし)

- ▶行政は、収集運搬コストをかけずに、燃えるごみの減量に繋がり、衣類買取により歳入が増え、市民サービスの向上につながった。
- ▶リサイクル品回収事業者は、大量の衣類等を効率よく回収でき、海外への輸出が増え、地域課題解決策から新たなビジネスモデルの創出につながった。
- ▶市民は、もったいない意識から衣類等を可燃ごみに出さずに資源物として出し、環境意識の向上につながった。

# ごみ分別アプリ 編

※地域貢献×新たなビジネスチャンスにつながった実例2

## ●自治体

市民に、もっとごみ分別やごみの出し方について、責任意識を持ってもらいたい。

## ●事業者(ITベンチャー)

自社のIT技術を活かして、新しい分野の開拓をしたい。

## ●市民

ごみの出す曜日を紙のカレンダーを見なくても確認できたら便利だな。  
ごみに関する分別方法を手軽に確認できるといいな。



### 地域課題



#### 自治体

もっと、自分が排出するゴミに関心を持ってもらいたい。

### 民間活力



#### ITベンチャー

IT技術を活かして新しい分野を開拓をしたい。

## 富士市オリジナルごみ分別アプリの開発



自治体のノウハウを提供して  
無償でアプリ開発



### 汎用版のごみ分別アプリの普及



全国普及を目指して、汎用版ごみ分別アプリを開発



導入済み自治体数: 32都府県 115自治体 2020.2.1現在

- 【宮城県①】 仙台市・名取市
- 【福島県②】 いわき市・福島市
- 【栃木県③】 宇都宮市・真岡市・上三川町・日光市・下野市・栃木市・佐野市・小山市
- 【東京都④】 多摩市
- 【埼玉県⑤】 八潮市
- 【千葉県⑥】 印西市・松戸市・白井市・船市・成田市・船橋市・千葉市・浦安市・四街道市・栄町・野田市
- 【群馬県⑦】 伊勢崎市・高崎市・みなかみ町・前橋市・桐生市・沼田市・玉村町・太田市
- 【神奈川県⑧】 座間市・平塚市・綾瀬市・秦野市
- 【長野県⑨】 松本市・安曇野市・高森町・上田市・伊那市・軽井沢町・下諏訪町
- 【新潟県⑩】 新潟市
- 【静岡県⑪】 沼津市・湖西市
- 【岐阜県⑫】 関市・海津市
- 【愛知県⑬】 名古屋市・豊田市・尾張旭市・半田市・常滑市・清瀬市・知多市・豊橋市・田原市・西尾市・小牧市・新城市・大山市・春日井市・豊川市・津島市・高浜市・長久手市・岡崎市・岩倉市・愛西市
- 【三重県⑭】 四日市市・名張市・津市
- 【富山県⑮】 滑川市
- 【奈良県⑯】 斑鳩町・葛城市・広陵町・大和葛田市・御所市
- 【大阪府⑰】 大阪市・豊中市・堺市・和泉市・東大阪市・枚方市
- 【兵庫県⑱】 伊丹市・宝塚市・尼崎市・稲美町・西脇市・多可町
- 【和歌山県⑲】 田辺市・新富市
- 【岡山県⑳】 倉敷市
- 【広島県㉑】 安芸高田市・北広島市
- 【鳥取県㉒】 米子市
- 【鳥取県㉓】 出雲市
- 【山口県㉔】 山口市・下関市
- 【愛媛県㉕】 伊予市・松前町・今治市・西条市
- 【香川県㉖】 高松市
- 【徳島県㉗】 吉野川市・徳島市
- 【福岡県㉘】 筑後市
- 【宮崎県㉙】 宮崎市
- 【熊本県㉚】 八代市
- 【鹿児島県㉛】 鹿児島市・霧島市・出水市・具志川市
- 【沖縄県㉜】 那覇市

### 32都府県 115自治体の導入

## ◆実例2：ごみ分別アプリでごみに関心をもつ



### (自治体)

ごみの分別方法や最新のごみ情報を紙媒体でお知らせするのに時間的なタイムラグが生じたり、また周知が徹底されなかったりと、市民に対してごみ出しに関心を持たせたい行政課題があった。



### (IT関連事業者)

自社のIT技術を活かして地域課題解決といった新分野に取り組むことで、企業価値を高めて、社会インフラの発展に貢献していきたい。

### (地域課題解決策の実践) ※ソーシャル・イノベーション

市民にごみ分別に関心を持ってもらうことで、ごみ減量化を実践したいと考えている自治体とIT技術を活用して社会インフラの発展に貢献したいと考えていた事業者とで、官民連携を通じた地域課題解決に臨んだ。

自治体としては、紙媒体以外の広報ツールを活用することで、最新のごみ情報や分別方法をより多くの市民に届けるため、事業者とともに「ごみ分別アプリ」を開発した。

当アプリでは、登録者のごみ出しの曜日を通知機能を使って前日当日にお知らせしたり、ごみクイズに挑戦して、ごみ分別方法を楽しく学びながら、ポイントを獲得することで市内飲食店のクーポン券に交換できるなどの機能を備えた。

これによって、市民は楽しくごみ分別方法を学びながら、市内飲食店において割引サービスを受けられるようになった。また、当アプリにクーポン券を提供してくれた飲食店をアプリ内で紹介することで商業振興にも一役買うことができた。



### (三方よし)

- ▶自治体は、ごみ分別アプリを活用して、最新のごみ情報や商業振興にも貢献できた。
- ▶IT事業者は、官民連携によって、地域課題から新たな分野を開拓でき、ごみ分別アプリ汎用版を開発することで、他自治体に対して売り込みができた。
- ▶市民は、手元でごみ出しの曜日を簡単に確認でき、ごみ分別方法を学びながら、市内飲食店の割引クーポン券を得ることができた。

## ●自治体

大企業、大都市への労働人口の流出を止めなくては地方都市として生き残れなくなる。

## ●事業者(映像制作会社)

自社の動画制作技術の強みを活かして、新たな顧客を獲得したい。

## ●市民・地元企業

市民は、地元にはどんな企業が存在するのかよく知らない。

地元企業の知名度を上げて、新たな雇用の確保につなげたい。



### 地域課題



自治体

労働人口流出を食い止め、  
地元就職につなげたい

### 民間活力



映像制作会社

動画制作技術を活かして新規顧客  
の開拓をしたい



## 地元企業のPR動画の制作と普及啓発



④PR動画の成果品を納品

②PR動画制作の了承

①PR動画制作依頼の営業

映像制作会社



③PR動画における契約



地元企業30社+αが参加

キャリア教育事業、面接会等の休憩室での視聴、首都圏の大学等の学生向けにPRなどで利用

## ◆実例3：地元企業の認知率向上とPR動画製作



### (自治体)

首都圏、大企業への労働人口流出や地方における人手不足が深刻化する中、労働人口の確保や地方回帰を促進しなくては、地域経済の停滞につながってしまうという行政課題があった。



### (映像制作事業者)

自社の映像制作技術を活かしてより多くの顧客を獲得し、地域経済の発展に映像技術で貢献していきたい。

### (地域課題解決策の実践) ※ソーシャル・イノベーション

労働人口の確保やUターンによる地方回帰には、地元企業の認知率を上げることが先決である。そこで、官民連携事業として「地元企業を知ろうプロジェクト」を自治体と映像制作事業者で立ち上げた。

当プロジェクトにおいて、地元就職を促す雇用施策の一つとして、若年層向けに地元企業を知る機会のキッカケづくりにしようと企業PR動画の製作に着手した。

地元企業へのPR動画参加案内については、自治体側が担当し、参加表明したクライアントである企業と映像制作事業者の橋渡し役を行った。

PR動画制作費は、各クライアント企業が費用負担することで、自治体は予算をかけずに企業PR動画を製作でき、市広報媒体を活用して地元企業PRを全国に向けても発信している。

また、映像制作事業者は、集客担当を自治体に任せることで集客コストをかけずに映像制作に専念できるため、安価でPR動画制作をクライアント企業に提供できた。



### (三方よし)

- ▶自治体は、動画制作費用をかけずに地元企業PR用ツールを手に入れることができた。
- ▶映像制作事業者は、官民連携により安価で動画制作を提供することで新たな顧客獲得と地域経済の発展に寄与できた。
- ▶地元企業は、官民協同で企業PRを発信することができ、企業認知率の向上につなげることができた。



# まとめ

	従来型 予算執行による事業の進め方	C S V 型 予算執行によらない事業の進め方
スピード感	現年度予算編成後の翌年度事業実施	現年度予算編成を待たずに現年度事業実施
課題解決方法	硬直的（1つの課題に対する解決策は1つ）	柔軟的（1つの地域課題に対する解決策は複数）
契約方法	1案件に対して事業獲得できるのは企業は1社 （入札による委託）	地域課題に対して事業実施できる企業は複数 （入札ではなく、自治体との連携、協働）
事業の自由度	自由度が低い（仕様書による制限あり）	自由度が高い（事業そのものに対する仕様書はない）
予算化	必要	原則は不要
費用対効果	自治体にとって、費用に等しい効果	自治体にとって、少ない費用で大きな効果
	C S R 型 官民連携協定に基づく事業	C S V 型 官民連携協定に基づく事業
事業形態	ボランティア等の非営利活動を軸に企業の社会的責任を果たす	公・民バランス型の公・営利活動を軸に企業価値と社会的価値の共有を図る
課題解決策	行政寄りの施策を通じて行政課題解決を図る	民間寄りの施策を通じて行政課題解決を図る
事業内容	行政色の強い事業	民間色を出した公・民バランスの取れた事業
業態との関係性	企業の業態とは無関係な事業を展開	企業の業態に関係する事業を展開
官民の関わり方	行政メインで民間がサポート	民間メインで行政が公・民バランスの調整を担当

