

関西企業フロンティアNEXT

Vol.25

- 自治体連携をステップに成長するソーシャル・ベンチャー -

令和4年12月23日

近畿経済産業局
総務企画部 中小企業政策調査課



はじめに

皆さまは、女性活躍推進、子育て支援、高齢者の介護、福祉、障害者の就労支援、貧困問題といった「社会課題解決」の取組主体として、どのようなものを想像しますか？

「社会課題解決」は、これまで「行政」が行う、または「市民ボランティア」や「NPO法人」が行うといった考えが一般的ではなかったでしょうか？

企業は近年、脱炭素や格差是正といったESG（環境・社会・企業統治）の視点を求められるようになってきました。一方で、働く側、特にZ世代と称される若者を中心に働き先に対する考えに変化の兆しもあります。これまでの「大企業至上主義」「利益至上主義」ではなく、SDGs機運の高まりから「社会課題解決」に取り組む企業への関心が高まっています。

また政府は、「新しい資本主義」の実現に向け、民の力による「社会課題解決」に注目している状況です。

そのような中、「社会課題解決」と「企業利益」の両立を目指し、地方自治体と連携して社会課題に取り組み、地域から成長・発展をしている**社会課題解決型ベンチャー**「**ソーシャル・ベンチャー**」があります。

今回の「関西企業フロントラインNEXT」では、「**ソーシャル・ベンチャー×自治体**」に着目し、「**ソーシャル・ベンチャー**」が官民連携を行うメリット、留意点等について考察しました。

目次

はじめに

第1章 社会課題に対する意識の変化とソーシャル・ベンチャーの実情

第2章 地方自治体と連携するソーシャル・ベンチャー

第3章 地方自治体における官民連携プラットフォーム

第4章 ソーシャル・ベンチャーと地方自治体を繋げる支援機関

第5章 地方自治体との連携における利点と留意点

おわりに

第1章 社会課題に対する意識の変化とソーシャル・ベンチャーの実情

1-1. 社会課題に対する意識の変化

社会課題の解決は、我が国を取り巻く環境の変化（新型コロナウイルス感染症、気候変動問題等）や国内における構造的課題（人口減少・少子高齢化、災害の頻発化、激甚化等）など、内外の難局が同時かつ複合的に押し寄せるなか、社会課題解決に向けた取組それ自体を付加価値創造の源泉と位置付けています。「新しい資本主義」に向けた改革として、官の領域で民の力を発揮することで、経済社会をより強靱で持続可能なものに変革するものとして期待が高まっています。

経済財政運営と改革の基本方針2022

(2022年6月7日)



第1章 我が国を取り巻く環境変化と日本経済（抜粋）

- 我々に求められるのは、（略）こうした社会課題解決に向けた取組それ自体を付加価値創造の源泉として成長戦略に位置づけ、官民が協働して重点的な投資と規制・制度改革を中長期的かつ計画的に実施することにより、課題解決と経済成長を同時に実現しながら、（略）「新しい資本主義」を起動することである。

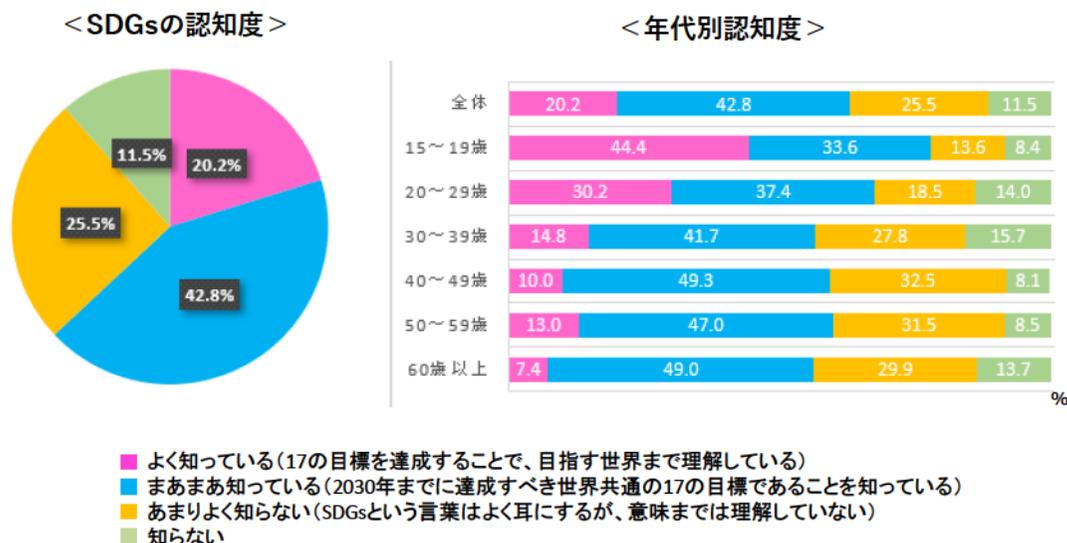
第2章 新しい資本主義に向けた改革（抜粋）

- 「成長と分配の好循環」による新しい資本主義の実現に向け、これまで官の領域とされてきた社会課題の解決に、民の力を大いに発揮してもらい、資本主義のバージョンアップを図る。寄附文化やベンチャー・フィランソロフィーの促進など社会的起業家の支援強化を図る。
- 従来の「リスク」、「リターン」に加えて「インパクト」を測定し、「課題解決」を資本主義におけるもう一つの評価尺度としていく必要がある。また、社会課題の解決と経済成長の両立を目指す起業家が増えており、ソーシャルセクターの発展を支援する取組を通じて、その裾野を広げるとともに、更にステップアップを目指す起業家を後押しする。

1-2. 社会課題に対する意識の変化 - SDGs,ESG -

2015年9月、国連で開かれたサミットの中で決定された「持続可能な開発目標（SDGs）」の機運の高まりもあり、「社会課題解決」をテーマにした取組は注目される分野となっています。特に、Z世代（※）と称される若者を中心にSDGs機運の高まりから「社会課題解決」に取り組む企業への関心が高まっており、これまでの働き先として考えられていた「大企業至上主義」「利益至上主義」から変化の兆しが見られます。

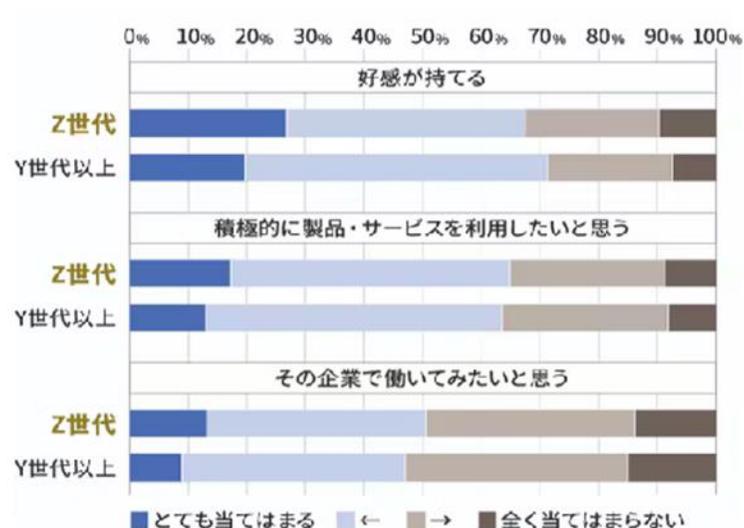
SDGsに関する認識調査



2022_損保ジャパン株式会社「SDGs・社会課題に関する意識調査」

https://www.sompo-japan.co.jp/-/media/SJNK/files/news/2022/20220715_1.pdf?la=ja-JP

SDGsや社会的課題への取り組みを行う企業に対する印象



2021_日経BPコンサルティング「Z世代の意識調査」

<https://style.nikkei.com/article/DGXZQOLM25BAS0V21C21A100000>

※Z世代…一般的に1990年半ばから2010年代初頭に生まれた世代。アメリカではジェネレーションZ（Generation Z）と呼ばれている。日本では「ソーシャルネイティブ」「スマホネイティブ」などの言葉でも表現され、世界人口のおよそ1/3を占めている。日本でZ世代が占める割合は人口の約14%とも言われ、これから商品やサービスを創造する企業にとっても、Z世代の嗜好や価値観は重要な意味を持っている。

1-3. 社会課題解決ビジネスの主角として期待される「ソーシャル・ベンチャー」

社会課題と聞けば、行政による公共サービス、あるいは寄付や助成金に頼った非政府・非営利団体による支援活動をイメージされる方もいるでしょう。

しかし、基礎自治体の大小を問わず、域内の公共施設整備やサービスなど全施策を担うべきといったフルセット主義が限界を迎え、SDGsやESG（環境・社会・企業統治）への対応といった企業の役割の変化など、社会の背景も変化しています。

官から民へシフトするにあたり、社会課題を継続的に解決するには、事業を通じて得た収益を、さらに再投資し続けるといった稼げる仕組みが大切です。

ソーシャルビジネスとは （ソーシャルビジネス推進研究会報告書（平成23年3月）による）

- 様々な社会的課題（高齢化問題、環境問題、子育て・教育問題など）を市場として捉え、その解決を目的とする事業。「社会性」「事業性」「革新性」の3つを要件とする。
- 推進の結果として、経済の活性化や新しい雇用の創出に寄与する効果が期待される。

「社会性」：現在、解決が求められる社会的課題に取り組むことを事業活動のミッションとすること。

※解決すべき社会的課題の内容により、活動範囲に地域性が生じる場合もあるが、地域性の有無はソーシャルビジネスの基準には含めない。

「事業性」：ミッションをビジネスの形に表し、継続的に事業活動を進めていくこと。

「革新性」：新しい社会的商品・サービスや、それを提供するための仕組みを開発したり、活用したりすること。また、その活動が社会に広がることを通して、新しい社会的価値を創出すること。

本レポートにおける「ソーシャル・ベンチャー」とは

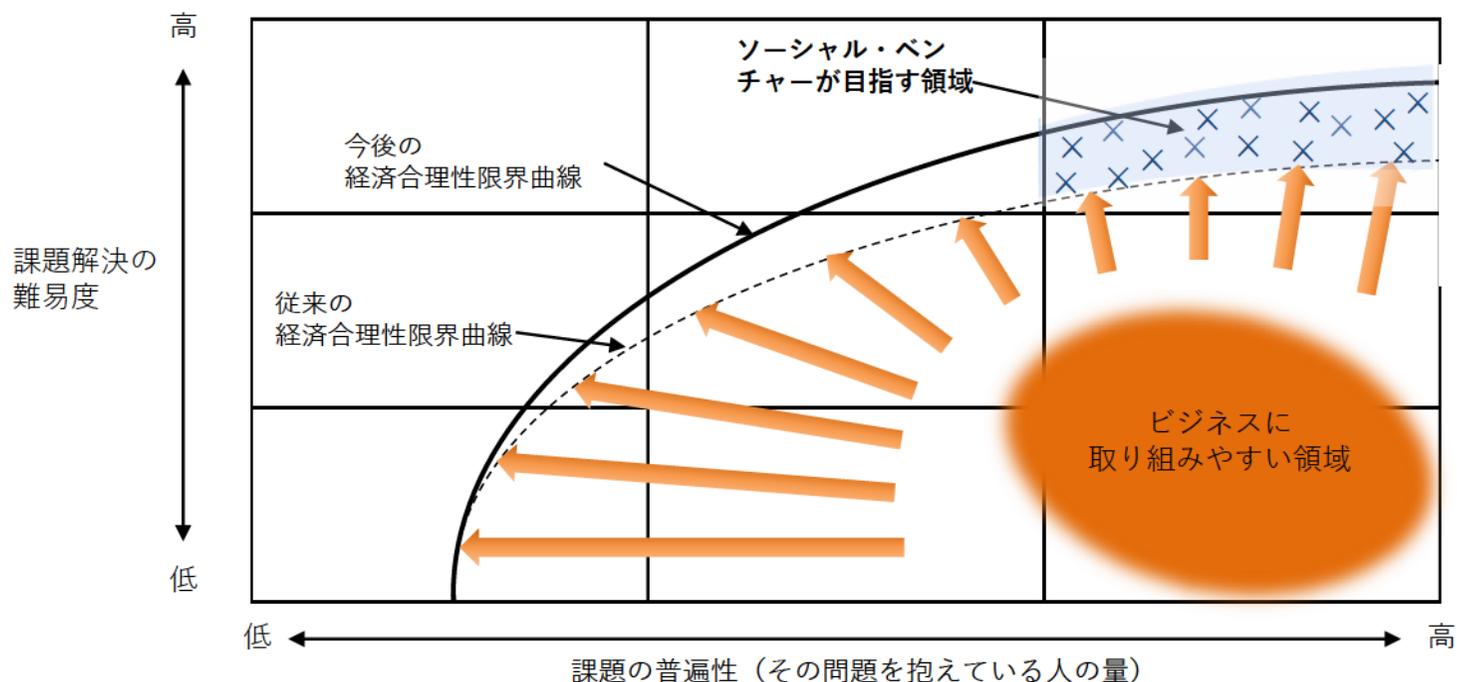
- ソーシャルビジネスを行うことを目的として活動し、革新的なビジネスモデルかつスケール志向のある事業主体を言う。

1-4. 「ソーシャル・ベンチャー」が目指すビジネス領域

社会課題は年々複雑化し、これまでのように行政だけで対応することが難しくなっています。一方で、民間企業が取り組もうとすると、ビジネスとして収益性が見込みにくい分野です。

作家の山口周氏が社会にある問題を「普遍性」と「難易度」の2軸で分類し、問題解決にかかる費用と問題解決で得られる利益が均衡する限界ラインを「経済合理性限界曲線」と位置付けており、この限界曲線の外側が官民ともに二の足を踏む領域です。

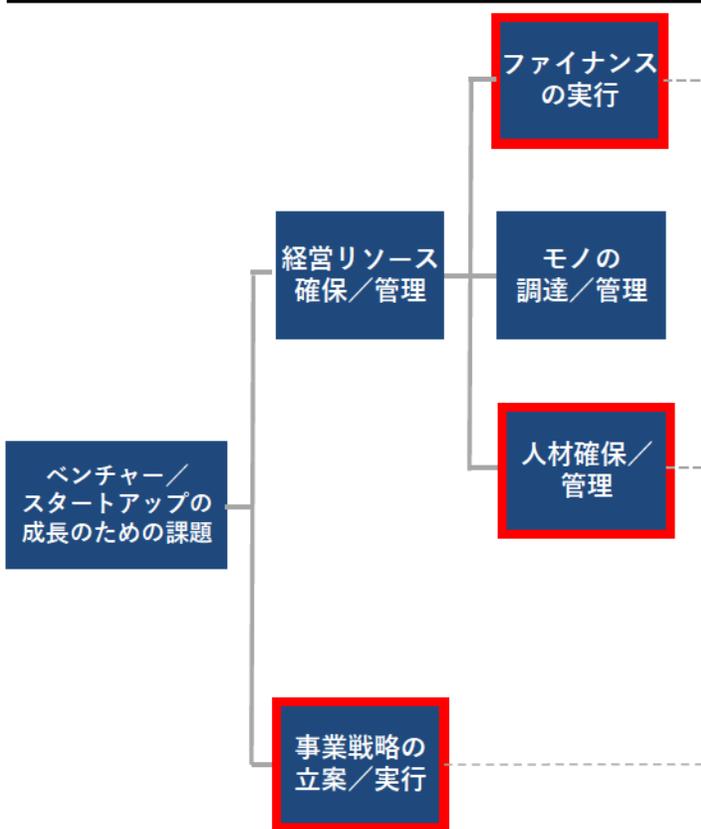
ソーシャル・ベンチャーは、この領域をAIなどの最新テクノロジーやサブスクを使った新しいビジネスモデル等で解決し、経済合理性限界曲線を外側に押し広げ、マネタイズやスケールに挑戦しています。



1-5. ソーシャル・ベンチャーの課題

ソーシャル・ベンチャーは、周囲から「マネタイズが難しい」と考えられていることから、ファイナンス・人材確保といった経営リソース、また事業戦略の立案の面で課題を抱えています。

ベンチャー・スタートアップの課題の構造化



ソーシャル・ベンチャーの課題の特徴（生声）

- 投資家からは、自社のビジネスのマネタイズポイントが理解されず、「それって儲かるのですか？」と普通に聞かれる（情報通信業）
- コロナ以前では、B2Gビジネスというだけで、投資家からはNGだった（情報通信業）
- 市場がないところから創るのが社会課題解決型ベンチャーであるので、そのマーケットを証明することが難しい（情報通信業）
- ソーシャル・ベンチャーはスタートアップのように指数関数的な成長を目指していないビジネスモデルが多い。投資家・金融機関ともに最初は興味をもってくれるが、上手くいかないケースが多い（食品製造業）
- インパクト投資・融資は、結局のところ財務内容・利益水準で判断される（食品製造業）
- 想いだけで投資してくれているのはエンジェル投資家ぐらい（情報通信業）

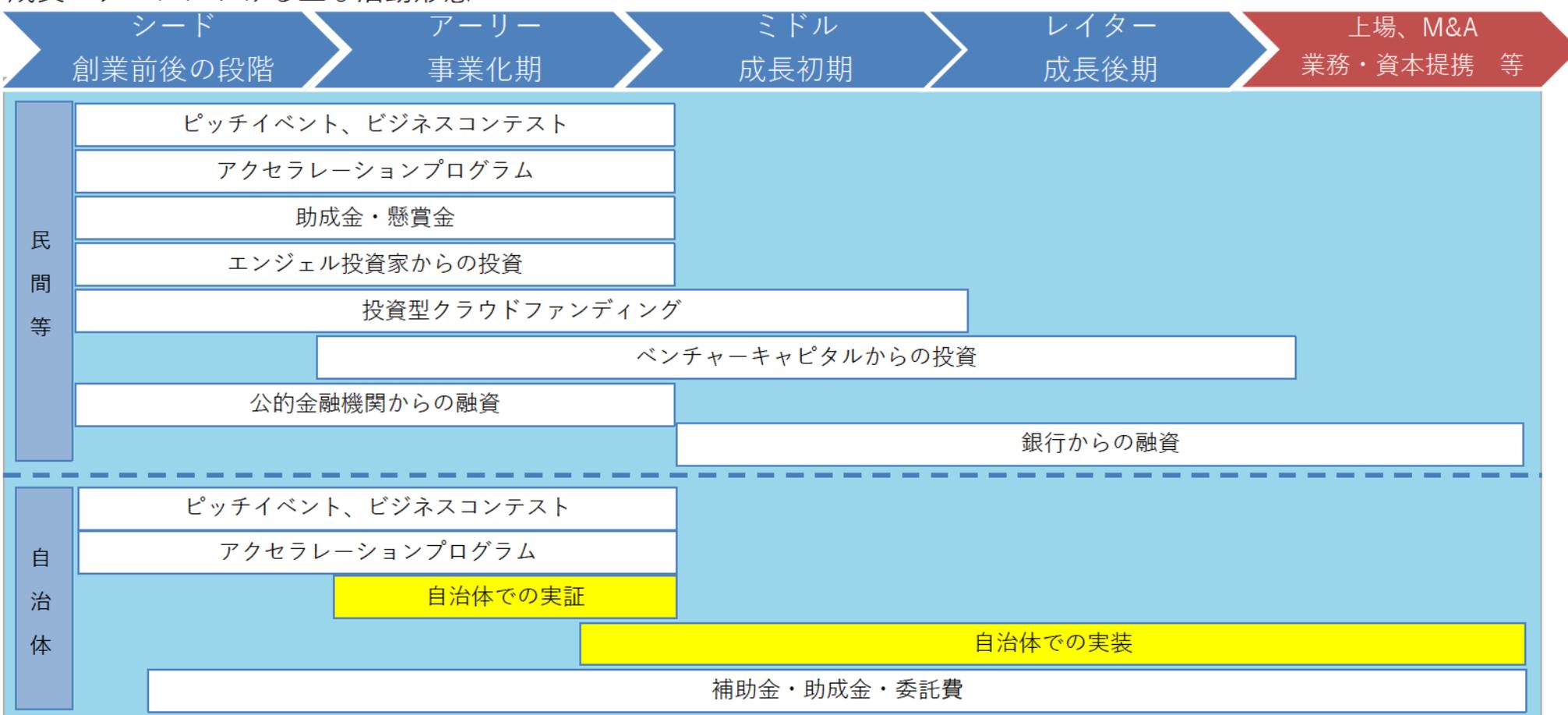
- ソーシャルの側面が強すぎる場所は得てしてビジネスが苦手。気持ちが先んじてしまう傾向にある。ソーシャルほど、お金を使うことに長けた人材の採用が重要（支援機関）
- 想いを持った人は集まってくるが、ミッションと能力がマッチしない（情報通信業）

- 時流に乗りきれぬかどうか（社会課題はコロナ禍で激変しており、空き家、フードロス、環境など定量化しづらい分野に注目）（支援機関）
- ソーシャル分野は市場が育っておらず発展しづらいことから、収益化が難しいという構造的な課題がある（教育・学習支援業）
- 本当に困っている人からお金をもらっているのか、一方で、お金をもらわないとビジネスとして成り立たない、という葛藤。ビジネスモデルを考える点で苦労があった（教育・学習支援業）
- 今後の「時流」にマッチし、国の掲げる方針という「大義名分」に沿っており、「収益モデル」があることが理想（教育・学習支援業）

1-6. ソーシャル・ベンチャーの成長時期における活動形態

前述のとおり課題を抱えるソーシャル・ベンチャーですが、J-Startup KANSAIに選出されている企業、また今後の成長が期待されている企業14社へのヒアリングの中で、創業間もない時期（「シード」「アーリー」期）において、民間からの支援に加え、地域を実証フィールドとして活用するなど自治体とうまく連携することで、マネタイズを促進している事例が見受けられました。

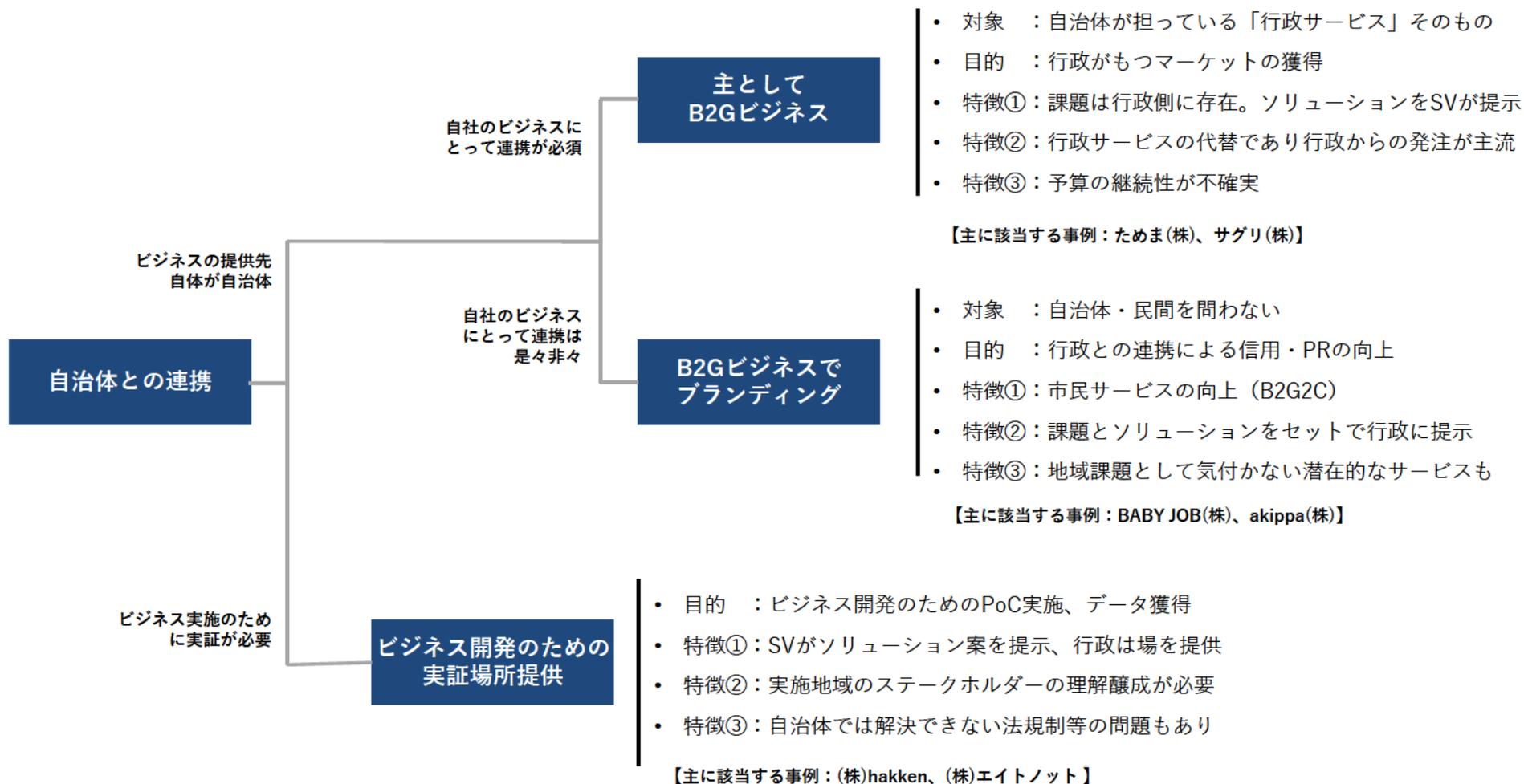
成長ステージにおける主な活動形態



第2章 地方自治体と連携するソーシャル・ベンチャー

2-1. ソーシャル・ベンチャーのための「自治体連携のカタチ」【全体像】

ソーシャル・ベンチャーと自治体の連携形態として、以下の3つのパターンに整理されます。
第2章では、これら3類型の事例を整理しました。



<事例紹介> ソーシャル・ベンチャー×自治体

企業名		該当パターン		
		①BtoGビジネス	②ブランディング	③実証場所
1	ためま株式会社 × 政令指定都市 世界先端のWell-Being事業、簡単操作の電子掲示板で地域の孤立人口を解消！	●		
2	サグリ株式会社 × 政令指定都市他 衛星データとAI技術・区画技術を活用し、耕作放棄地問題を解消	●		
3	BABY JOB株式会社 × 中核市他 おむつのサブスクにより一人一人が笑顔でいられる保育環境の実現		●	
4	akippa株式会社 × 中核市 駐車場予約アプリによる交通渋滞・路上駐車解消		●	
5	株式会社hakken × 小規模市町村他 ロス野菜再生事業によるフードロス削減と地域活性化			●
6	株式会社エイトノット × 小規模市町村 小型船舶の自律航行技術で離島生活航路の存続を			●

2-2-1. ためま株式会社（兵庫県神戸市） × 政令指定都市

世界先端のWell-Being事業、簡単操作の電子掲示板で地域の孤立人口を解消！



【事業概略】

- 多種多様な地域活動の情報を、「いつ、どこで」やっているのか、一目でわかるように、スマートフォンの地図アプリを活用した地域電子掲示板「ためまっぷ」を開発。
- 投稿者は地図上で開催地を指定し日付とチラシを撮影するだけ、見る人は時間や地域を絞り込むだけで近くのイベント情報だけをピックアップしてくれるという手軽さでユーザーを増やしている（特許取得済）。国連機関支援採択企業。

【ビジネスモデル】

- 自治体やNPOなどが掲示板の「運営団体」として同社と有償契約。投稿者は運営団体が承認した団体や個人に限定し安心感のある情報を発信。地域住民は自由に閲覧・情報をみることができる。
- 地域参加に留まらず、自治会の老々介護事故対策や災害時の支援情報・防災訓練への用途にも展開。
- 現在は全国の20自治体にて有償導入済。今後は観光等の分野で民間を巻き込んだ展開を目指す。

【起業・社会課題に取り組んだきっかけ】

- 清水社長の原体験（近所に知り合いがいない、子育ての場所が見つからない）をきっかけに、「地域内コミュニティの希薄化」「孤立人口7割」といった問題に気づく。
- 社長のプレゼンを聞いた主婦から、「利用者は絶対応援するサービス。一緒に前例を作りましょう」という言葉を励みに開発を進める。

【自治体との連携のきっかけ】

- 広島県で起業後、政令指定都市が主催するアクセラレータープログラムに参加したことがきっかけで移住。その後、Urban Innovation JAPANの案件に応募し、課題解決に取り組む。

【自治体と連携したメリットや効果】

- 区と共同して実施した実証（3ヶ月）では、地域イベントへの参加者が約1.5倍、サービスの満足度98%の実績をだし、参加者とイベントのミスマッチの解消、サービスの有効性の証明につながった。
- この実証事業は、新聞（全国紙、地方紙）、有名経済雑誌などのメディアからも注目、また、市長のブログにも掲載されたことから、同社の知名度アップに大きく貢献。
- 実証の結果、当該区では、2019年4月からサービスが実装され、現在も多くの市民からの好評の中運営が続いている。
- この実績は、他の自治体への営業をかける際の受け止められ方が実績がなかった時と比べ大きく異なり、好意的な受け止められ方が非常に増えた。また、多くの民間企業は自治体との取引は難しいというバイアスを持っているため、そこを乗り越えた企業ということで、民間企業からビジネスでの受け止められ方も異なり始めた。

衛星データとAI技術・区画技術を活用し、耕作放棄地問題を解消



12 つくも責任
つかう責任



13 具体行動に
具体的な対策を



【事業概略】

- 農業従事者の高齢化に伴い増加しつつある耕作放棄地を、自治体職員が1件1件目視するなど現地調査に膨大な労力をかけている現状がある。
- この問題を、衛星データとAI技術・区画技術を用いて開発したアプリ「アクタバ」が解決。衛星情報から土地の荒れ具合をAIで分析、耕作放棄地として地図上に表示。アプリの活用で調査工数が9割削減、行政事務が大幅効率化。国内約50の自治体で導入他、インドの農協やタイ中央政府にもサービス展開中。
- 他にも、農家から申請される作付け銘柄・面積を衛星で調査、管理ができる「デタバ」は、自治体だけではなく、農業従事者自らの管理向けに応用可能。

【営農サービスへの展開】

- 同社のAI技術により、衛星データから農作物の生育状況をはじめ、pH（土壌酸度）や窒素量・炭素量などの土壌解析が簡単に確認することができるため、適正な施肥量によるコスト削減が可能。
- 今後は、同社の解析技術を応用し、肥料使用削減による温室効果ガスN2O（一酸化二窒素）の削減と、炭素を固定化したバイオ炭を始めとした炭素貯蓄等を併用した「脱炭素ビジネス」として、農家の所得向上に繋がる仕組みを模索中。

【起業・社会課題に取り組んだきっかけ】

- 子どもの頃から宇宙が大好きな坪井俊輔社長。学生時代に宇宙をテーマに小学生向け教育事業「(株)うちゅう」を創業。授業や実験、企業と連携した体験プログラム等を実施している。
- 2016年に訪れたアフリカ・ルワンダで、貧困が教育の妨げとなっている現状を目の当たりにし、その親の多くが従事する農業に目をつけたのがサグリ事業を立ち上げたきっかけ。無償の衛星データ活用で、日本からでも世界中の途上国の農家にサービスを届けることができると考えた。

【自治体との連携のきっかけ】

- 最初は途上国向けの事業を目的としていたが、農業を勉強するうち、日本の自治体が抱える農業問題を知る。日本の問題を解決できれば世界にも展開できると考え、最初の実証地に教育事業で縁があった地方都市を選ぶ。

【自治体と連携したメリットや効果】

- 行政にはAIに欠かせない教師データがある。
- 自治体との実証では、**県知事、経済産業局、現場の方、みんな**に応援してもらえたので、やりがいがあった。
- **行政職員が**当社のサービスを理解してくれて、**登壇の機会や事業に合いそうな人を紹介**してくれた。
- 自治体との実証等から、国が行う事業にも参画することができた。
- 自治体向けは、**1つの自治体で実装**されると、他自治体への営業がしやすくなり次に繋がっていく。
- 自治体が出すリリースを近隣自治体は見ており、そこへ話をしに行くと簡単に物事が進む。
- 自治体への導入・実証が新聞等での**メディアで取り上げられる効果は大きい**。サービスが自然と広がっていく。

おむつのサブスクにより一人一人が笑顔でいられる保育環境の実現

4 質の高い教育をみんなに

5 ジェンダー平等を実現しよう

8 働きがいも経済成長も

日本サブスク大賞 2020 グランプリ受賞

おむつ・おしりふきは持って行かなくてOK!
ゆとりをもって子どもとすごそう!

手ぶら登園

毎日おむつに名前を書いて、保育園へ持って行く...
この負担を手ぶら登園は解消します。保育園に直接おむつ・おしりふきが届き、月額定額で使い放題!
もう準備に時間を取られることはありません。

unicharm × BABYJOB
平ふら登園® BABY JOB株式会社登録商標です

ビジネスモデル特許取得済
特許番号：特許第0907115号 / 特許第7010919号

Release from Preparation

【起業・社会課題に取り組んだきっかけ】

- 子育てで、正規社員から非正規へ変わってしまう母親が多いという現状に、働く場所・やりがいを作りたいと考え、母親に特化した人材派遣事業を開始。また働く母親をサポートするために保育園事業もスタートさせた。
- 保育園を運営するなかで保護者の困りごと（おむつの持参・持ち帰り）、保育士の困りごと（園児ごとにおむつを小分け管理）を解決しようと考えたことがサブスクリプションサービス開発のきっかけ。

【自治体との連携のきっかけ】

- 当初は自治体は動くのに時間がかかるだろうと、営業対象にしていなかったが、「手ぶら登園」サービスが私立園内で広がったことで、自治体からのお問い合わせが増加。大阪府枚方市、奈良県奈良市、高知県田野町、東京都渋谷区へと広がった。

【事業概略】

- 保育園に預ける際の手間が大幅カット、おむつのサブスクリプションサービス。
- 1枚1枚、保育園に持参する紙おむつに名前書き、降園時には大量の使用済みおむつの持ち帰り。布おむつ指定園では、汚れたおむつを毎晩何枚も手洗い。
- 保護者泣かせのおむつ問題を、ユニ・チャーム株式会社との協業による、保育所おむつ定額お届けサービス「手ぶら登園」が解決。忙しい保護者と、仕分けや管理に手間を取られていた保育士の双方をサポート。
- コロナの感染対策で、「保護者がおむつを持ち込まない」「保護者が保育園に入らない」という新たなルールも、サービス導入の動機となった。
- 2019年7月サービス開始以来、導入施設は2,400施設を超え、全国47都道府県で利用中（2022年10月時点）。

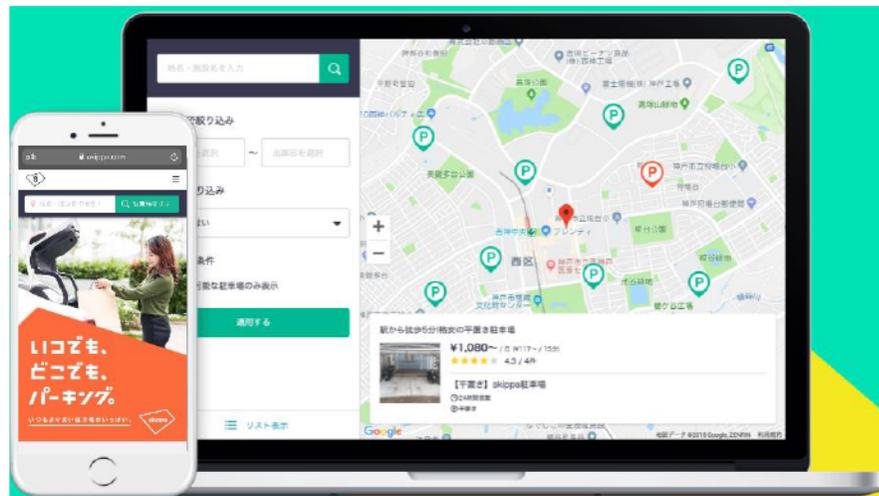
【その他保育サービス】

- 同社は、保育園「ぬくもりのおうち保育」を運営しており、全国に45園展開。
- ビジネスとして収益化が難しい保活支援サービス「えんさがそっ♪」を手掛け、全国の保育所50,000件のデータを掲載。保護者に寄り添った有益な情報が満載。

【自治体と連携したメリットや効果】

- 中核市は子育て支援連携協定の取り組みの1つとして導入。自治体、公立園が導入してくれたことで地元に信用が生まれた。
- 公立園の導入実績は、周辺の施設、保護者に知ってもらうきっかけとなった。また、私立園にも大きな影響を与えた。
- 当社サービスを理解してくれた自治体のキーパーソンは、熱意をもって動いてくれ、当社サービスの説明を行うために開催された園長会においては、当社と一緒にステークホルダーの説得にあたってくれた。夜間でも保育園の説得に協力してくれた自治体職員もあり。
- 自治体が発信を出すことで新聞でも取り上げられ、大きな宣伝効果があった。

駐車場予約アプリによる交通渋滞・路上駐車解消



【事業概略】

- 日本全国の空いている月極駐車場や個人宅の車庫・空き地・商業施設などの空きスペースを、駐車場予約アプリ「akippa」で簡単に検索し、リーズナブルな料金で、15分単位の予約ができる駐車場シェアリングサービス。
- 空きスペースの有効活用のため、コインパーキングより低価格。貸主も設備費・登録料いらずで空きスペースを収益化。
- 予約も決済もアプリで完了。評価も閲覧できて安心。

【ビジネスモデル】

- 「akippa」は駐車場のユーザーから課金。同社がそこから手数料を受け取り、残りを駐車場オーナーに渡すレベニューシェアのビジネスモデル。
- 手数料は「24時間体制でのサポート活動」「利用促進に係る広告・営業活動」に活用する。
- コロナ禍を機にビジネスモデルが変化。これまでのイベント時の需要に加え、日常利用（車通勤や家族知人宅訪問など）もターゲットに追加。「社会貢献なら」と登録してくれる駐車場オーナーもあり、今までと違う「ドライバー」「貸主」を開拓、更なる発展を遂げている。

【起業・社会課題に取り組んだきっかけ】

- 代表の金谷元気社長は、インターネットの求人広告事業を手掛けていたある日、停電に遭遇し、インフラの重要性に改めて気づき、「なくてはならぬ」という必要不可欠なものを作りたいと、「世の中の課題を解決できる事業」に一気に方向転換し、「akippa」を生み出す。
- 出先での駐車場不足、また路上駐車の問題が増加する一方で、未利用の潜在的なスペースを活用することができれば、困りごとの解決につながると考え参入。

【自治体との連携のきっかけ】

- プロサッカーチームの試合日に、駐車場不足による渋滞緩和・迷惑駐車が発生していた。プロサッカーチームとakippaが自治体へ提案し、貸出が実現。

【自治体と連携したメリットや効果】

- 現在までに12の自治体、27のスポーツクラブと連携。
- 駐車場不足による違法駐車や交通渋滞などの地域の交通課題を解決したいスポーツクラブとの連携が進む。
- 自治体との連携は、民間企業や地元・周辺住民に安心材料を与えることができる。ベンチャー企業（特に社会インフラ・社会課題系）にとって、自治体との連携実績は大きい。
- 当該中核市のケースでは、プロサッカーチームの試合日（土日祝）に市役所の駐車場を事前予約制で貸出。駐車場不足や交通渋滞など地域の課題解決に貢献し地元住民の満足度向上にも繋がった。

2-2-5. 株式会社hakken（京都府京都市） × 小規模市町村他

ロス野菜再生事業によるフードロス削減と地域活性化



【事業概略】

- 規格外などで市場に出る前に廃棄されている野菜を、生産地で乾燥・加工する分散生産というシステムを用いて、価値ゼロからのアップサイクルによる6次化農産業。同社のロス野菜再生事業「UNDR12」のネーミングは、野菜は12%以下の自由水分含有量になると腐らないことから由来。乾燥させることにより消費期限は20倍、重量は1/10となり、商品の保管・輸送コストを抑えることができる。
- 「UNDR12」は野菜を単品で乾燥するものだけではなく、食品加工会社や地元企業とコラボレーションを行い、新たな商品開発を続けている。2022年2月からはECサイトでの販売も開始。

【ビジネスモデル】

- 同社は全国各地の拠点に野菜の乾燥所を設置し、同社のスタッフが各現地に駐在する。どこか一箇所に野菜乾燥の大規模工場を作り中央集約型で生産するのではなく、手軽に導入できる温風乾燥機を採用することにより、地域の人々の参入障壁を低くし、誰もが乾燥野菜ビジネスに参加できる仕組みを構築。
- フードロス以外の地域課題にも深く関与し、地域をまとめあげ、全体をオーガナイズするビジネススタイル、ネットワークを活用した新しい地域づくりの形が強みだ。

【起業・社会課題に取り組んだきっかけ】

- 竹井淳平社長が総合商社勤務時に赴任したアフリカやブラジルで、飢餓や貧困を目の当たりにする。日本でも人口の1/6の世帯が相対的な貧困を抱えているとされる一方で、食料の大量廃棄に疑問を感じる。
- 日本で廃棄される野菜400万トンの10%を販売できれば、BtoCにおいて1,600億円の市場規模あり。
- 循環して絡みあう様々な社会課題をフードロス削減によって解決したい。

【自治体との連携のきっかけ】

- 自治体との連携を模索していたところ、竹井社長の友人から「面白い自治体がある」と紹介されたのが熊本県内の町と広島県内の小規模市。自治体の担当者や決裁者のやる気や覚悟を受けて、連携が実現することとなった。
- 今年度、兵庫県、福島県、愛媛県、福岡県にも拠点拡大予定。

【自治体と連携したメリットや効果】

- 本来当社自身で行う必要があった**農業従事者・JAへの調査**（野菜を買い取りできるか等）について、**当社に代わって農政課の自治体職員が実施**してくれた。農業従事者との距離が近い自治体が**地域内で当社のリレーション作りで動いてくれた**ことが地域と一緒に事業を進めていくうえで大きな信用となった。
- 自治体側から、当社の導入する設備に関して、場所の調査・確保、初期費用に関する協力があつた。
- 自治体側から新しい補助金創設などでの工夫もあつた。**
- 拠点を置くことで距離が縮まり、フードロス削減以外の地域活性化施策やDXについての相談や依頼を受けることも増えた。地域課題解決が新たな事業軸となっている。

2-2-6. 株式会社エイトノット（大阪府堺市） × 小規模市町村

小型船舶の自律航行技術で離島生活航路の存続を



8

働きがいも
経済成長も



11

住み続けられる
まちづくりを



【事業概略】

- ドローンや自動車の自動運転など自律走行技術が展開される中、小型船舶の自律航行技術を開発している。
- 船舶事故原因の大半は人為的ミスにより起こっており、船員数も減少の一途を辿っている。また、離島航路は収益が見込めず補助金に依存しているのが現状で、今後、船員の後継や予算がなくなると航路の存続が危ぶまれる。
- 同社はロボットとAI技術に卓越し、障害物や衝突を避ける避航操船、栈橋への自動係留、遠隔監視など様々な関門をクリアすべく、実証を重ねている。「オンデマンド化による運航効率の向上」や「電動化による燃料費削減」は、漁業や物流航路からも歓迎され、環境面からも大いに期待される技術だ。

【今後の展望】

- 今後の構想として、陸海空の無人モビリティとの連携を進め、救命救急や環境調査、水上監視の分野にも進出を計画している。
- 将来は「海のインフラ企業」として、「海に道を造る」という想いのもと、海を起点に町や海上都市を造り、海から拡大する経済圏の創出を目指している。

【起業・社会課題に取り組んだきっかけ】

- 実現したい世界観（海のインフラ）があり日本の状況を調べたところ、船舶業界において技術導入が遅れており時代に取り残されている、離島では持続可能な生活は難しい現実があることに気付く。
- 離島の水上交通にはコストの面で大手は参入しないことから、これまで培ったロボット開発、AIの知見を活かし、テクノロジーを導入することによって問題を解決しようと自律航行システムの開発を進める。

【自治体との連携のきっかけ】

- 当社のリリースを見た県のアクセラレーションプログラムに関わるVCから声がかかり当該アクセラレーションプログラムに応募し採択される。また県での実証実験にも採択された。

【自治体と連携したメリットや効果】

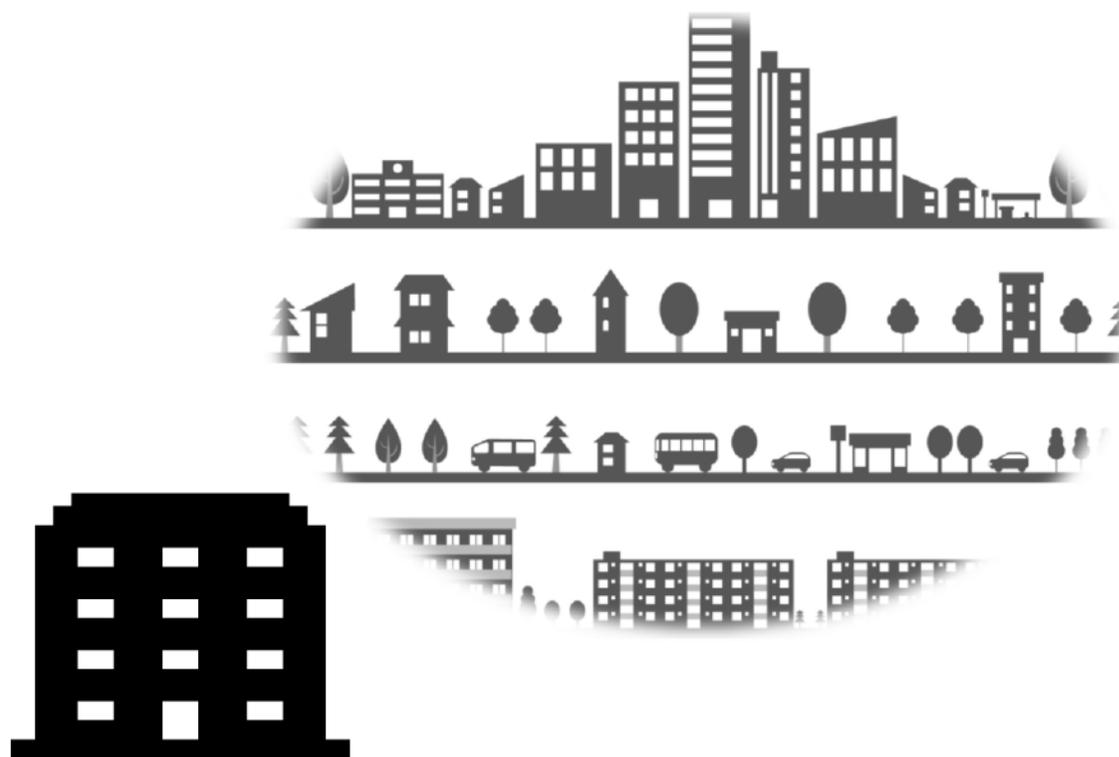
- 小規模市町村での実証実験においては、**県から支援金、県外企業には滞在経費といった資金面での支援があった。**
- 自治体からの資金面での支援以上の効果として、実証後に**県として大きく発信してくれたことが、全国的に知名度を上げる契機となった。**
- 現状、船舶は法律の規制があり「無人で走らせることができない」が、さらなる社会実装や展開に向けた事業開発をするうえでの**規制緩和や新たなルールメイクについて、自治体としてバックアップしてくれている。**

第3章 地方自治体における官民連携プラットフォーム

3-1. 地方自治体における官民連携プラットフォーム

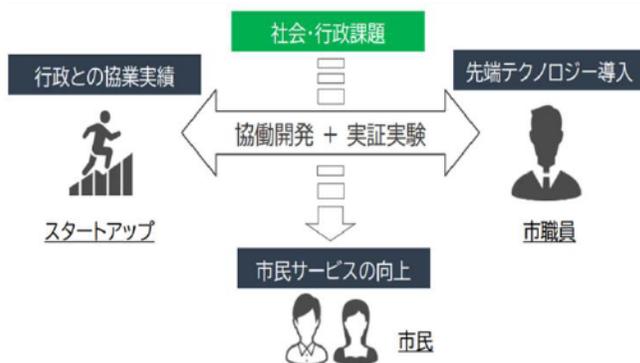
第3章では、ソーシャル・ベンチャーとの連携を積極的に推進している自治体に着目し、先進的なプロジェクト事例を紹介します。

官民連携の専門部署の設置や、実証フィールドを提供することで、住民サービスの維持向上や、イノベーションの創出などを目指し、ソーシャル・ベンチャーはもちろんのこと、自治体職員にもチャレンジするマインドを醸成しています。

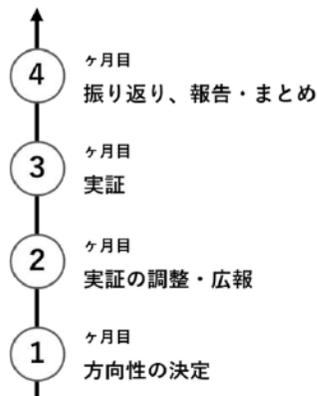


Urban Innovation KOBE - 官民連携プロジェクトの先駆者として全国に展開 -

【事業スキーム】



【プログラムスケジュール】



【ソーシャル・ベンチャーとの連携事例】

いま・みらい塾 株式会社いま・みらい塾
(兵庫県神戸市)

- 「全ての勉強をゲーム化する」をコンセプトに、暗記を早押しクイズ形式で学べる学習アプリ「はやべん」を開発。
- LINE Studyの公式アカウント内アプリに採用され話題。
- 阪神淡路大震災から年月がたち、市民の防災意識を改めて高めるために、同アプリを用いた実証を2021年1月から3ヶ月実施。
- 神戸市・兵庫消防署等も連携し「ミライの防災知識向上ゲーム」として協働開発。

【連携を実現するためのポイント】

(1) 自治体とテクノロジー双方に精通したメンバーによるサポート

- 地域や行政の課題解決に向けて、神戸市職員とスタートアップが協働して取り組むプロジェクトとして、2018年に国内自治体初の取組としてスタート。
- コミュニケーションの円滑化をはかるため、官民の結節点となる新産業課には、民間出身の人材を採用し、運営事業者と共に、行政とスタートアップの双方の立場を理解出来る人材が翻訳者としてサポートする。

(2) 実証実験を通じた高い課題解決率、継続率

- 現場の職員から提案された数々の課題の中から、庁内のワークショップなどを通じて「実証で効果が見込めるもの」を厳選して、世の中に公開。
- 実証実験には神戸市からスタートアップに支援金として50万円を支給することで、行政としても円滑な実証実験をバックアップしている。
- 2018年の開設以来、課題解決率93%を誇るが、近年では実証実験後の実装に向けての継続率70%（2022年10月末時点：社会実装も含む。内神戸市からの調達は56%）を特に重視。スタートアップの成長に効果があるよう「次年度に予算要求していけるもの」「調達に繋がるもの」を意識した絞り込みも行っている。

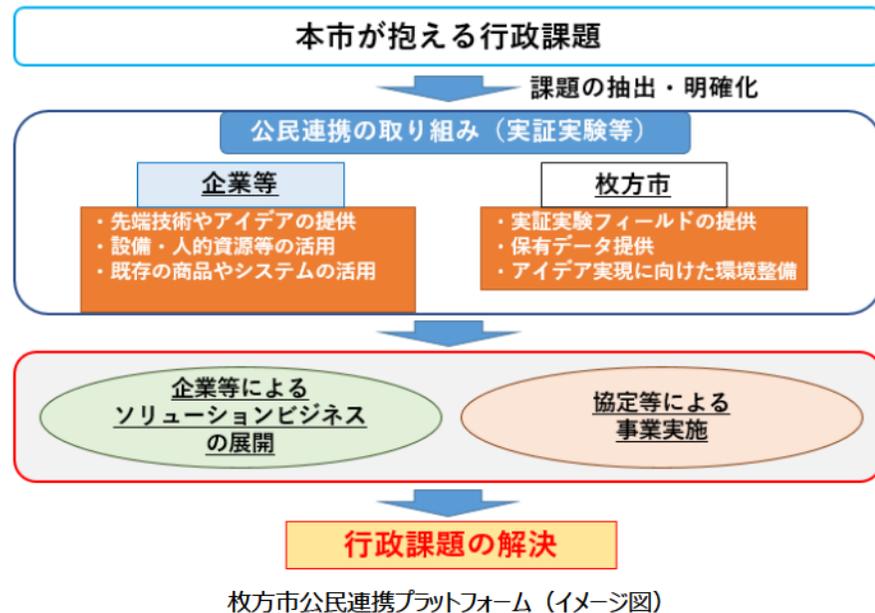
(1) 自治体内での取組と効果

- 本プロジェクト前は、専門性の高い実証事業の実施に必要な仕様書の作成は、一般の行政職員にとって専門性が高く大きな負担であったが、現在は、採択されたスタートアップ等の高い専門知識と、彼らとの週1回のミーティングにより、**職員個々の能力向上と的確な仕様書の作成**にも繋がっている。
- 庁内での課題の募集を通して、事業を進める上での行政内での**キーパーソン職員が発掘**できる。

(2) ソーシャル・ベンチャーが自治体と連携する際のヒント

- 実証実験の支援金50万円を超えるものは自己負担となるが、新サービスの有効性の検証や、行政と共に実証することによる広報効果などの投資と捉えるマインドセットが必要。
- 自治体職員・スタートアップ共に、「解決したいと思える課題であるか」「実証における課題設定が適切であるか」「常にその解決策がベストな方法であるか」を模索するスタンスが重要。

枚方市公民連携プラットフォーム - 市の行政課題をオープン化、事業者から解決アイデアや技術が大募集 -



(1) 公民連携に関する窓口の一元化により総合調整機能を発揮

- ・ 公民連携推進に関する企業・大学等との調整窓口を政策推進課にワンストップ化。
- ・ 庁内各部署が抱える行政課題を一覧にて公表し、企業・大学等からの提案を公募。
- ・ 課題提示した以外でも企業等の提案を随時受付。企業等と各部署双方での対話を通じて提案内容を深掘りし、公民連携の実現に向けた調整機能を発揮。

(2) 実証実験、公民連携での事業化

- ・ 課題解決に繋がる連携の実現に向けて、本格実施をめざした実証実験や、連携の実現に向けた各種手続き（連携協定の締結、実証場所の調整等）を円滑にサポート。
- ・ 公民連携（実証実験含む）については、基本的には自治体の費用負担は無いことが前提。この中で、企業等へも連携によるメリットを見出していく。
（例）公民連携実施による企業等の社会的評価（投資家等）や信頼性の向上。
自治体との連携により、ビジネスチャンス（BtoGtoC等）の拡大。

【ソーシャル・ベンチャーとの連携事例】

MIRAIRO 株式会社ミライロ
（大阪府大阪市）



枚方市×J-Startup KANSAI企業との連携

- ・ 障害者手帳等の情報をスマートフォンに取込み、画面に表示させるアプリ「ミライロID」を利用した本人確認の運用を公民連携で実施。
- ・ 障害者手帳を見せる心理的負担の軽減や、行政施設の利用料減免申請時のスムーズな手続きを実現。手帳の紛失等のリスク軽減も。障害のある方が暮らしやすいまちの実現に寄与（自治体、市民のWin）。



【連携を実現するためのポイント】

(1) 自治体内での取組と効果

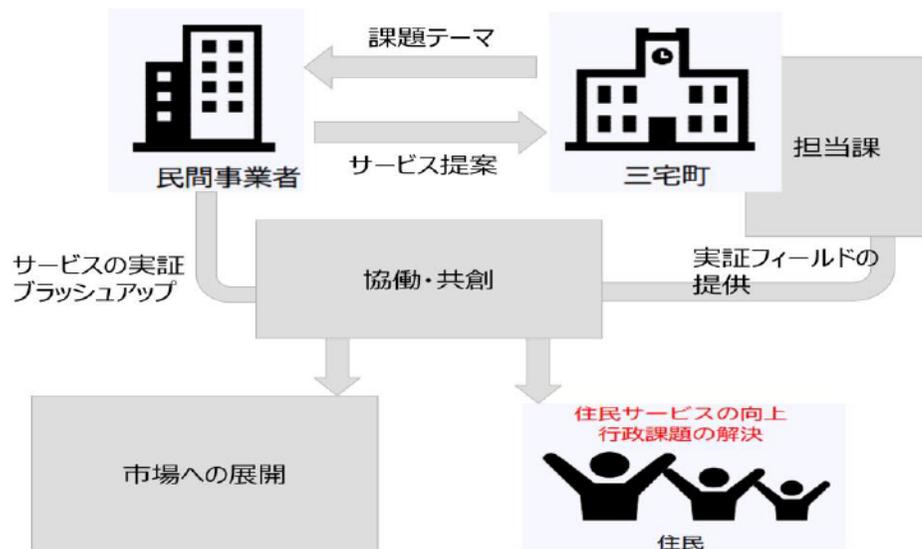
<枚方市公民連携ゼミ>

- ・ 庁内全職員対象に週1回を基本とした公民連携ゼミ（勉強会）を開催。原課担当者レベルで「公民連携」の意識が根付き、各部署が解決すべき課題解決に「公民連携」を活用する意識が向上。
- ・ 先進事例の共有等で、公民連携に関する職員の知識・ノウハウが向上。企業等との対話へ積極性向上や、各部署が抱える課題解決へのアイデア募集案件が増えてきている。

(2) ソーシャル・ベンチャーが自治体と連携する際のヒント

- ・ 公民連携における自治体の第一義的価値は市民サービスの向上と行政コストの縮減。BtoGではなく、市民をターゲットとするBtoC、あるいはBtoGtoCでの市民QOL向上の方が自治体との連携ニーズに合いやすい（企業等と自治体ともにWin）。
- ・ 自治体個々の市政運営方針や重点施策、予算獲得プロセス等について知識を持っておくと、ニーズやタイミングにマッチした最適な連携先自治体としてのパートナーが見出しやすい。

全国で2番目に小さい町による官民連携 -コンパクトな町からインパクト！三宅版・官民連携-



(1) 従来のスタンダードから新しいスタンダードへ

- 行政ニーズが多様化する中でも、昔から変わらずあり続ける課題を解決したい、人材や予算が限られる中でも、住民サービスの維持向上を図りたい、との思いから豊富な知見やリソースを有する企業との官民連携に取り組む。
- 政策推進課にベンチャー企業と担当原課を繋ぐ窓口を設置し、課題現場との調整や、実証フィールドの提供、事業のブラッシュアップを支援。
- 小さな自治体なので、ベンチャー企業にとっては少ないコストで町全体での実証や実装が可能。スモールスタートで、トライアンドエラーを重ねながら成功するまで継続することを重視。

(2) 将来的には随意契約保証型民間事業者提案制度の活用を検討中

- 今までにない独自の価値・技術を持つ企業との協働を推進していくため、公共調達特有の機会均等や低価格といった従来の手法にとらわれない、プロポーザル重視の「随意契約保証型民間事業者提案募集制度」に則した新制度の活用を検討中。

【ソーシャル・ベンチャーとの連携事例】



ネクイ
NEXT INNOVATION

株式会社ネクイノ
(大阪府大阪市)



- マイナンバーカードと健康保険証をオンライン上で安全に結びつける「メディコネット」を活用した日本初の新型コロナウイルスワクチン接種予約・管理アプリ「メディコネットVRS」を開発。
- 2021年7月から同アプリを使って18～59歳の住民3,013名に対し新型コロナウイルスワクチン接種予約／管理を実証実験。総人口あたりのワクチン接種率は、男性・女性共に全国平均を大きく上回る（15ポイント以上）。



【連携を実現するためのポイント】

(1) 自治体内での取組と効果

- 住民の真の困りごとに目を向け、既存事業の見直しを積極的に行うようになった。
- 地域課題に対する各職員のアンテナが高くなり、地域に寄与しそうな事業者の情報を得ると、遠方までアプローチするなど、能動性が増した。

(2) ソーシャル・ベンチャーが自治体と連携する際のヒント

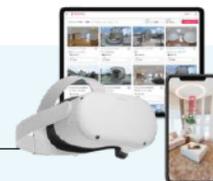
- 自治体はソーシャル・ベンチャーとの協働に際し「企業に何をgiveできるか」「メリットをどう作るか」を考えている。自治体にどのような協力を求めているかを具体的に示してもらえるとありがたい。
- 明確な「ゴール」を設定し、実証の「結果」までしっかり出していてもらいたい。
- 三宅町と協働した企業が上場するような事例が数多く生まれて欲しい、自治体も一緒に成長したいとの思いを持っている。企業・行政・現場間で対話を重ね、良いものを創り上げていきたい。

ひろしまサンドボックス - 共創で試行錯誤、広島県をまるごとオープンな実証フィールドに -



【ソーシャル・ベンチャーとの連携事例】

Spacely 株式会社スペースリー (東京都渋谷区)



- 360° VRコンテンツを、誰でも手軽に簡単に制作・編集・活用ができるクラウドソフトウェア「スペースリー」を開発。
- 不動産分野の賃貸管理、賃貸仲介、売買仲介、新築分譲など事業者ユーザー7000以上の利用実績。
- 2020年度から広島県江田島市の遠隔地の移住希望者に対する空き家バンク物件のバーチャル案内に「スペースリー」を用いて実証実験。江田島市の実証効果を受け、2022年度から広島県で一括調達し全市町村へ提供開始。

■自由提案型 (2018~2020年)

「ひろしま未来チャレンジビジョン」において掲げる政策分野を基調とした広島県ならではの課題をAI・IoT等のデジタル技術を用いて解決するPJ。選定9件の実証PJに対し、3年間10億円規模の実証

■行政提案型 (2019年~)

各部署が抱える行政課題を実証事業で解決するPJ。県庁内の土木局、農林水産局等が提示した行政課題に対して、生産性を向上する等のアイデアや技術を持つ企業等を募集し、実証中。

■ニューノーマル提案型「D-EGGS PROJECT」(2020~2021年)

with/afterコロナの新しい日常をテーマに全国からアイデアを集め、共創でソリューションを開発・実証。1,300万円の実証費支援に加え、県外企業向け最大1,000万円の滞在費用を支援、VCによるメンタリング等の充実したサポート提供

(1) 「砂場」のように何度も試行錯誤できる場

- 「挑戦するなら広島」をキーワードに、広島県全体を実証フィールドとしてAI・IoTを活用した実証実験を行える環境として、2018年に立ち上げ。
- 技術やノウハウを保有する県内外の企業や人材を呼び込むことで、県内企業にも付加価値創出や生産性向上などの相乗効果を目指す。

(2) 実証から実装へ (2022年)

- 県内企業のニューノーマル化やデジタル田園都市国家構想の実現を目指し、ひろしまサンドボックスにおいて、これまでの4年間で開発されてきた商品・サービスの県内への実装を支援。
- 実装に向けて、障壁となる規制緩和や新たなルールメイクなどに先駆けて取り組んでいる事業を「サキガケプロジェクト」として支援。

【連携を実現するためのポイント】

(1) 自治体内での取組と効果

- 自動車産業等を中心とした産業構造から「イノベーション立県」として更なる成長を求め、従来の枠に囚われない取組を支援する環境を自治体主導で提供。
- 知事のリーダーシップのもと、庁内各部署での取組の他、県下の市町やイノベーション創出拠点であるイノベーション・ハブ・ひろしまCampsとの連携体制が強み。
- 実証による地域との共創を通じて、新たな挑戦者や支援者が育っているなど、次々チャレンジできる風土が醸成されている。

(2) ソーシャル・ベンチャーが自治体と連携する際のヒント

- 自治体は企業誘致も大きな目的。地域に拠点を据えて後々新しい産業を生み出し、地元企業にも刺激を与えてくれる企業を育てるため、ビジネス開発の環境整備に努めている。

第4章 ソーシャル・ベンチャーと地方自治体を繋げる支援機関

4-1. 支援機関の役割

企業側、自治体側と双方手探りな状態の中で、両者をつなぐ役割：翻訳者の存在が重要です。行政や民間組織の支援機関がソーシャル・ベンチャーと自治体の中に入り、両者をハンズオンで支援することで円滑な関係性が構築されます。

地域の事情や企業を熟知した地方銀行・信用金庫などの地域金融機関も、こうした役割を担うことが可能でしょう。

このような組織が中心となり活躍することで、今後一層のソーシャル・ベンチャー×自治体の取組が進む可能性があります。

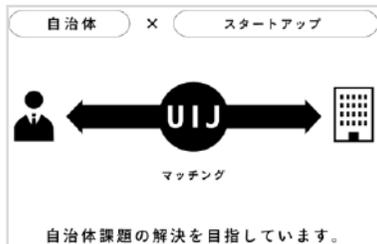


4-2-1. 各支援機関

NPO法人コミュニティリンク (Urban Innovation JAPAN)

日本全国の自治体の課題とスタートアップ・民間企業をマッチングするオープンイノベーション・プラットフォーム

- 運営するNPO法人コミュニティリンクの職員が「自治体の課題の掘り起こし」「課題の選定」「スタートアップの募集・マッチング」「実証」「本格導入」まで自治体、スタートアップ・民間企業の両方を一気通貫で伴走支援。
- 自治体の課題をいかに整理し、スタートアップ・民間企業が取り組みやすいように仕上げるのがポイントとなっている。
- 累計21の自治体が参加。これまで収集した533件の自治体課題のうち、実証に適した142件の課題に対して企業を公募。延べ828社からの応募、100件の実証実験が実施された。また実証後52件が本格導入にまで繋がっている(2022年4月現在)。



株式会社官民連携事業研究所

企業や自治体と「善き前例をともにつくる」

- 自治体と企業の連携を創出する官民連携事業を展開。自治体が抱える社会課題解決に向け、マッチした企業の紹介や、両者の間に入り「橋渡し役」として事業の伴走をし、官と民の連携による善き前例をともにつくり、持続可能なまちづくりを推進。
- 自治体と企業の強みとニーズ、双方の利益を考え、官民連携の計画から実行、伴走までを事業として提供。
- 官民による実証実験・PoCを促進するプラットフォーム「POCOLAB」も運営し、実証事業のマッチング支援だけでなく、自治体・民間企業等に対し知見・ノウハウを共有する場も提供している。



4-2-2. 各支援機関

大阪府公民戦略連携デスク

企業・大阪府・市町村が連携し社会課題の解決に取り組む公民連携プラットフォーム

【OSAKA KOUMIN Action Platform】

- 「OSAKA KOUMIN Action Platform」とは、公民連携による社会課題解決、企業価値の向上、府民生活の質（QoL）向上などに取り組むプロジェクト。
- 大阪府公民戦略連携デスクがこれまでに培った公民連携のノウハウと、府内市町村とのつながりを活かし、企業からの提案をアイデアで終わらせることなく、地域課題（実証フィールド）につなげ、課題の解決をめざしている。
- 取り組みの1つとして、自治体の抱える社会課題に対して、スタートアップ・ベンチャー企業などが事業を提案し、課題解決に繋げるためのピッチイベント「OSAKA KOUMIN GROWTH DRIVE」を行っている。

株式会社ソーシャル・エックス（逆プロポ）

逆転の発想から生まれた新しい官民共創のカタチ「逆プロポ」

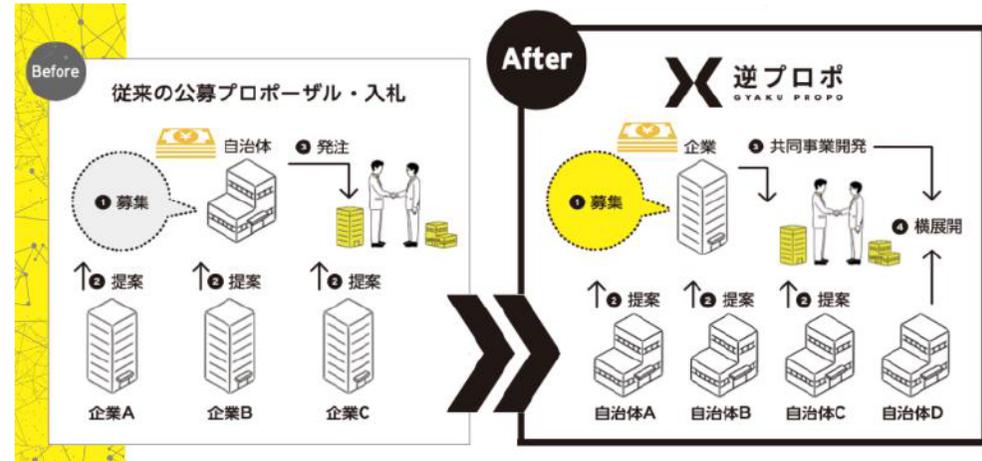
- 企業が関心のある社会課題を提示し、それに対して自治体が課題解決のための企画やアイデアを提案する共創サービス。従来のプロポーザルの流れを逆転させることで、熱意のある企業と自治体が目線の高さを合わせながら良質なプロジェクトを組成。
- 企業はイノベーションに積極的な自治体を、自治体は共創マインドを持った企業を見付けやすい仕組みとなっている。
- 他にも、企業向けに社会課題解決ツアーやワークショップ、またソーシャル人材の育成開発研修プログラム等を提供。自治体向けには、企業連携サポートサービスなど、官民共創を後押しする伴走支援を実施。

OSAKA KOUMIN GROWTH DRIVE 2022

～カーボンニュートラルの実現に向けて～

2022.12.8.thu
13:30～ONLINE

OSAKA KOUMIN Action Platform
公民連携で企業・行政の成長をともに加速させる
大阪を、日本を、また見据未来への成長へと導く



第5章 地方自治体との連携における利点と留意点

5-1. ソーシャル・ベンチャーが自治体と組むメリット【全体像】

ソーシャル・ベンチャーや支援者などへのヒアリングの結果、ソーシャル・ベンチャーにとって自治体との連携は、「ブランディング」「実証」「発信力」の観点で自社の成長に好影響を与えることが分かりました。

特に、地方部の自治体では緊急性が高い社会課題が多いことから、対応スピードが早く、オーダーメイドな支援の組成に動いてくれたり、活動が良い意味で目立ち、支援者が増えるなどのメリットも示唆されました。



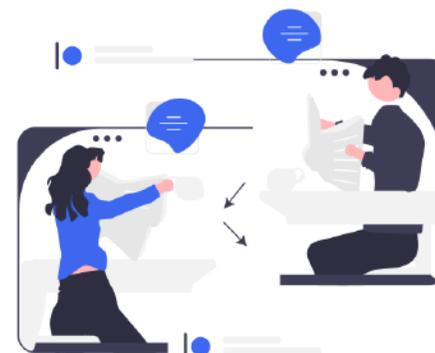
ブランディング

- 自治体との連携で信用補完
- 大手企業や他の自治体などの新たな取引先を獲得



実証

- 多くの社会課題をもつ自治体は実証場所として最適
- 地方では行政との距離が近く、スピード感をもって実証ができる



発信力

- 各自治体のシティプロモーション
- 地方では起業家が少なく、取材に対する反響も大きい

5-2. メリット 1 = ブランディング

自治体との連携は、行政の視点から事業内容や企業を審査されるため、ソーシャル・ベンチャーに信用や信頼をもたらします。

たとえ地方部の小さな自治体との連携実績であっても、「行政が企業を認め、一緒に取り組んだ」という実績は、顧客にとって大きな実績となり、新たな販路開拓を行う際の大きな武器となります。

ソーシャル・ベンチャー の生声

社会課題に取り組むスタートアップにとっては自治体との実績は大きく、連携を契機として27のスポーツクラブとの新たな取引に繋がった。

(情報通信業)

プレゼンにおいて「自治体と連携できている」という実績は武器。さらに大きな自治体・企業などにチャレンジすることができる。

また、民間企業には「自治体と取り組むことは難しい」というバイアスもあり、自治体との連携以降は、営業の受け止められ方が変わった。

(情報通信業、教育・学習支援業)

自治体との連携によって自身の事業が「社会の為になりそうだな」と手ごたえを感じる事ができた。

(専門、技術サービス業)

地方での実証実績が評価され、国の関係省庁から「新たな法整備を行う際に大いに役立つ」と声をかけられる。

(情報通信業)

自治体・支援事業者 の生声

小さな自治体であっても、ソーシャル・ベンチャーが「最終的に規模の大きい自治体に販売したい」ということに対しては、一緒に汗をかきブランド作りに協力することはできる。

(自治体)

どんな規模であっても自治体との連携実績は横展開できる。協力する自治体としても公民連携に積極的と発信できるので相乗効果がある。

(自治体)

他の自治体との実績は信用という面で大きい。自治体間では実績争いが増えており、他所に負けてはいけないという考えもある。

(自治体)

5-2. メリット 2 = 実証

ソーシャル・ベンチャーは、社会課題解決に繋がるサービスや技術を開発したとしても、その有効性を社会課題の現場で実証する必要があります。その実証フィールドとして様々な社会課題を抱える自治体は最適です。
また、地方部にはそもそも企業が少ないこともあり、連携においては様々な側面から支援を得ることが多く、スピード感をもってPDCAサイクルを回しやすいようです。

ソーシャル・ベンチャー の生声

地方では地元企業が少なかったことから全庁的に応援をしてくださいました。地方の方が市民参加の取組が進んでおり、都市部のように経験値が積みあがっていないことから、良い意味で「わからないから教えて欲しい」「一緒に作っていきましょう」といった姿勢があった。

(情報通信業、教育・学習支援業)

自治体側から新しい補助金を作ってくれという工夫があった。また、色々な課室が調査を手伝ってくれたり、民間事業者にはヒアリングも行ってくださいました。

(食品製造業)

自治体だけではなく、観光局、大学、高専など地域みんながプロジェクトに参加してもらえたので、取り組みやすかった。

(情報通信業、漁業)

役場との距離が近く、相談にのってもらいやすい。反対に役場のお困りごとを直接聞けるので、その新たな課題解決にも取り組むことができている。

(食品製造業)

地方の方がスピード感を持って実証ができる。地方でポジティブな実証をして都市に循環した方がいいのでは、と感じる。

(教育、学習支援業)

自治体・支援事業者 の生声

規模が小さい自治体なら、町全体を実証フィールドとした取組ができる。面積が小さく人数も少ないので、ソーシャル・ベンチャーの負担を抑えながら、しっかりとした実証ができる。実証のレスポンスも速い。

(自治体)

小さい規模の自治体の方がプロジェクトを小さく生み、仮説を検証し、検証結果をプロジェクトにフィードバックして改善を図るという一連のPDCA(計画・実行・評価・改善)を高速で回しやすい。

(支援機関)

5-2. メリット3 = 発信力

自治体を実施するシティプロモーションは、認知度に課題のあるソーシャル・ベンチャーにとって大きな宣伝・PRの効果があります。

また、ソーシャル・ベンチャーが連携する自治体は大都市圏から地方まで様々ですが、地方の自治体と取り組む方が、活動が良い意味で目立ち支援者が増えるなどのメリットも示唆されました。結果として、知名度を上げるという契機にもつながったとの声もありました。

ソーシャル・ベンチャー の生声

東京では情報が多く目立つことができな
かったが、地方では事業として目立つこ
とができた。

地方自治体が大きく発信してくれたこと
で、地方局のテレビ取材に繋がり、そこ
から全国局にも取り上げてもらうことが
でき、海外への発信にも繋がった。
結果としてVCや銀行から声がかかるよ
うになった。

(情報通信業)

地方自治体との連携によって、知事の視
察に繋がった。

(専門・技術サービス業)

東京では色々な角度からプレスをかける
がなかなか取り上げられず1社の取材を
受けたのみ。

地方では地元の新聞で取り上げられ、新
聞を見ている人が多いことから、多くの
方にリーチすることができた。
地方の方が取材に対する反響は大きい。

(教育、学習支援業)

地方には起業家が少なく、プレイヤーも
少ないことから1番になりやすい。

(情報通信業)

自治体・支援事業者 の生声

実証後については企業と共同でプレスリ
リースを実施。大手民間ニュースメディ
アとも無償で連携しており、公民連携の
事例が広く発信される。

(自治体)

企業から新聞社にアプローチしても来て
くれないが、自治体からアプローチすれ
ば、新聞社は来てくれる。

(自治体)

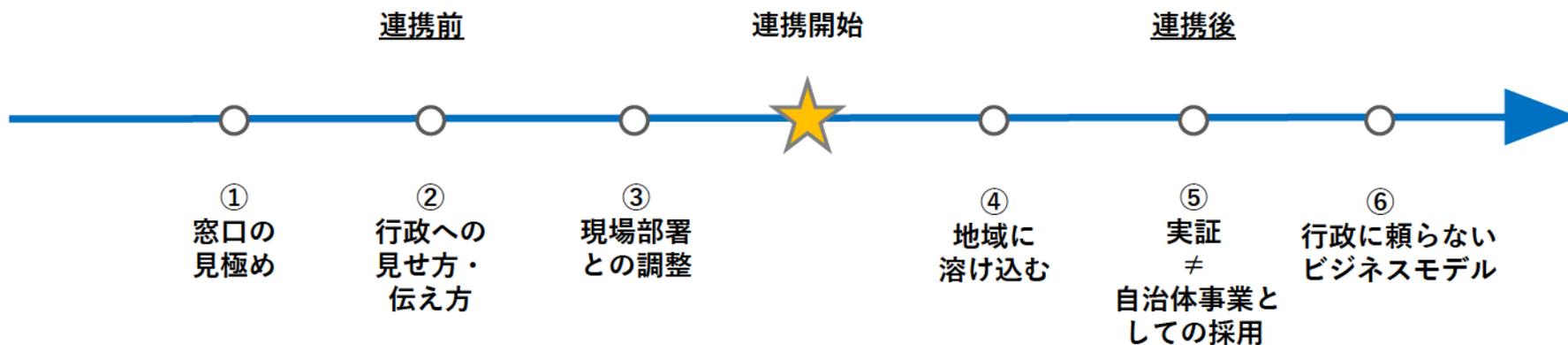
メディアは、ニュースになることを常に
狙っており、普段ニュースになるような
ことのない地方部ではソーシャル・ベン
チャーとの取り組みが記事になりやすい。

(自治体)

5-3. 留意点【全体像】

自治体との連携はソーシャル・ベンチャーにとって多くのメリットをもたらす可能性が示唆されましたが、民間とは異なる行政特有の留意点があるという声も多数あがりました。そのため、円滑な連携に向けて、ソーシャル・ベンチャーが自治体との連携において留意すべき点を整理しました。

自治体との連携前後のフローと留意点



5-4. 留意点【連携前】①窓口の見極め

ソーシャル・ベンチャーにとって、自治体との連携における最初のハードルは「自治体の窓口がわからない」といったものです。

近年では、官民連携・公民連携の部署を設置する自治体も出てきましたが、自治体と接点を持つためには自治体を実施するベンチャー支援プログラム（ピッチイベント、ビジネスコンテスト、アクセラレーションプログラム）への参加も有効です。

生声

市町村に対し、文書・メール・電話、何をしてもとってもらえなかった。

（情報通信業）

自治体に対し飛び込み営業を行っていたが、自治体の窓口がわからず、どこに営業をすればいいかわからなかった。

（情報通信業）

連携を進めるためのアドバイス

- ◆ ソーシャル・ベンチャーは、それぞれが解決したい社会課題（高齢者の介護、福祉、障害者の就労支援など）の担当部署へと直接相談をしがちであり、自治体それぞれで窓口がどこになるかを見定める必要がある。
- ◆ 自治体の窓口となる部署は、官民連携を掲げる部署、もしくは企画系の部署が比較的多い。
- ◆ ビジネスコンテストやピッチイベントへの参加は、自身のビジネスプランをアウトプットする機会となり、官民間わず人脈が広がるチャンス。
- ◆ 自治体は年度内に予算を消化する必要があることから、自治体が連携を求めてオープンにする課題は4～7月が多い。
- ◆ 自治体と繋がりのある官民連携支援機関等の活用も有効。
- ◆ 自治体を実施するベンチャー支援プログラム（アクセラレーションプログラム等）への参加によって、自治体との連携に繋がるケースがある。

5-4. 留意点【連携前】②行政への見せ方・伝え方

自治体の使命は地域の社会課題の解決、市民生活の向上です。
ソーシャル・ベンチャーは自社のプロダクトの良さについて説明しがちですが、自治体としてはそのプロダクトによって「何が解決できるのか」「市民生活向上にどう寄与するのか」「新しいスタンダードを生めるのか」といった説明を望んでいます。

生声

自治体は、名前が知られていない事業者や、新しいものに取り組むことに抵抗感があるように感じる。

(情報通信業)

自治体内の担当原課からは「聞いたこともない会社ですね」「その営業は何なのですか」と理解を得られなかった。

(自治体)

連携を進めるためのアドバイス

- ◆ ソーシャル・ベンチャーには社会課題を解決するという想いの話をし
て欲しい。先ずお金の話、ビジネスありきは違う。
- ◆ 連携にあたっては0からの開発ではなく、プロダクトもしくはプロトタイプ
を持っての提案が必要。
- ◆ 「プロダクトの良さ」に偏った説明ではなく、課題を解決するプロセス
を示すことで、採用に繋がりやすくなる。
- ◆ 企業としての信用度、安心感も大切。ビジネスコンテストやピッチイ
ベントへの参加実績、さらに大手企業や大学等との連携実績、アワード
等の受賞歴があれば、強みとなる。
- ◆ 自治体の使命は市民生活の向上。これを見据えた事業者とは、自治体
としても連携しやすい。

5-4. 留意点【連携前】③現場部署との調整

ソーシャル・ベンチャーが、自治体との連携を前向きに進めるためには、担当課である現場部署との調整が必須となります。

自治体職員の属性への理解や自治体職員の思い等に共感するというマインドセットが必要です。

生声

担当部署は現場（課題の本質や、緊急度合い等）についてはよく理解しているが、連携調整部署と違ってソーシャル・ベンチャーに対する理解がないと感じる。

（自治体）

問い合わせをしてくる自治体担当者は感度が高いが、現場は温度感が違い、うまく進まないケースがあった。

（その他のサービス業）

同じ社会課題に対してのソリューション提案であっても、地域によっては当てはまらないものがあった。

（食品製造業）

連携を進めるためのアドバイス

- ◆ ソーシャルビジネスでは、得てして想いが先行し、独りよがりな提案になり、本当のニーズを捉えていないケースも多い。
- ◆ コミュニケーションを重ね、課題を抱える担当課を味方につけることで、自治体内外の軋轢を乗り越えられることも。
- ◆ 自治体の現場部署は少人数で通常業務に追われることが多く、「社会や市民にとって良い案件」だとしても、提案をじっくり検討する時間がなかなか取れず、理解が進まないケースがある。
- ◆ 自治体職員の属性への理解、共感するというマインドセットをもつ。
- ◆ ソーシャル・ベンチャーは、現場職員、オペレーションする職員の負担を考慮、負担を軽減する方法も一緒に提案。

5-4. 留意点【連携後】④地域に溶け込む

自治体と連携し事業をより良く進めるためには、地域からのサポートが必要となります。大手企業と違い知名度・信用力共に高いとは言えないソーシャル・ベンチャーにとって、サポート体制構築のためには地域・地元住民との丁寧なコミュニケーションが欠かせません。

生声

最初は「この人たちは誰？」という警戒された状態から始まった。

(情報通信業)

県外企業ということで実証に協力してくれないというのは実は多い。

(自治体)

自治体が旗を振っても住民全体には伝わっていないことがある。

(自治体)

連携を進めるためのアドバイス

- ◆ ソーシャル・ベンチャーは大手企業と違い知名度・信用力共に高いとは言えない状況。また、実証においては地域の協力が欠かせない。
- ◆ 一層サポートしてもらえる体制を作るためには、地元住民との繰り返しの対話も必要となる。
- ◆ 実証前には地元住民との円滑なコミュニケーションが必要となる。その為には関係する事業者、地元住民を紹介してくれる自治体内キーパーソンとの関係構築が必要。
- ◆ 自治体・地域との関係性は、地域金融機関等の支援機関に間に入ってもらえると、関係を構築しやすい。
- ◆ 人間関係ができると親戚のような関係となり、サポートしてもらえる体制となった。

5-4. 留意点【連携後】⑤実証 ≠ 自治体事業としての採用

実証の形がそのまま即、実装に繋がるわけではありません。実証とは自治体のフィールドを活用し、データの取得やプロダクトの改良など商品・サービスを開発するプロセスです。自治体の信用を得て実証を行った実績は、その後の実装に向けて大きな財産となります。

生声

実証から自治体での事業として採用される確率は数%。

(情報通信業)

自治体との実証の過程で自社のサービスの特徴・方向性を再確認することができ、完全な民間サービスとしてシフトし、ビジネスとして確立することができた。

(教育・学習支援業)

連携を進めるためのアドバイス

- ◆自治体は住民の様々なデータであったり、人が集まる公共施設等を保有しており、民間より使いやすい実証フィールドを持っていることから、マーケティングには最適。
- ◆実証において良好な結果が出たとしても、自治体が事業として即採用するとは限らない。過去には税金で実施していた事業も、民間主導で実施できるようになってきている。本当に自治体がすべき事業かどうか精査される。
- ◆実証にかかる事業費については、ソーシャル・ベンチャー側の負担となることが多い。
- ◆自治体との実証という実績・知的資産は大きな財産であり、先行投資というマインドセットが必要。

5-4. 留意点【連携後】⑥行政に頼らないビジネスモデル

ソーシャル・ベンチャーにとって、行政との連携は成長段階における1つのきっかけに過ぎません。行政をターゲットとしたBtoGビジネスでも、そこから得られたノウハウや蓄積されたデータを活用し、民間・市民をもメインターゲットとしたBtoCのビジネスモデルに派生・発展させることが、今後の自走や飛躍において重要な要素となります。

生声

行政の予算がついているビジネスを行っている、そこから抜け出せないことがある。

(その他のサービス業)

当初は目新しいサービスのため実装に繋がったが、市場ができ競合他社が生まれたことで入札に移行。入札の結果、継続しての導入には至らなかった。

(その他のサービス業、自治体)

採択は決まったものの自治体での予算がとれず結局実装されなかった。

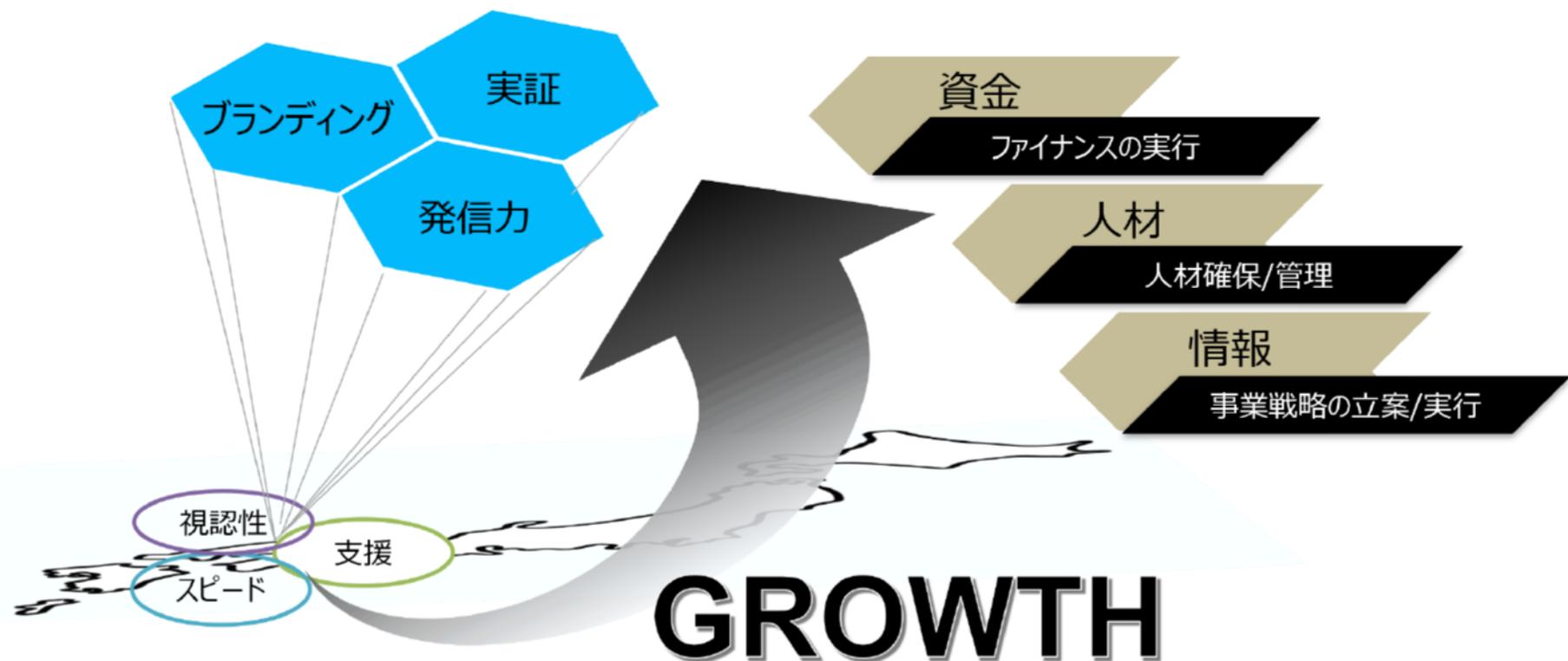
(自治体)

連携を進めるためのアドバイス

- ◆ ソーシャル・ベンチャーにとって行政との連携は成長段階における1つのきっかけ。
- ◆ 実証後も必要とされるサービスは民間ベースで自然と残っていく。行政に頼らずに自走できるビジネスモデルを構築できるかが、今後の飛躍において一番重要な要素。
- ◆ 行政は年度単位で予算が編成され、付随して事業も整理する。費用対効果の結果、行政予算を割けないこともある。
- ◆ 行政をターゲットではなく、民間・市民をメインターゲットとしたビジネスモデルの確立が必要。

5-5. ソーシャル・ベンチャーのこれから

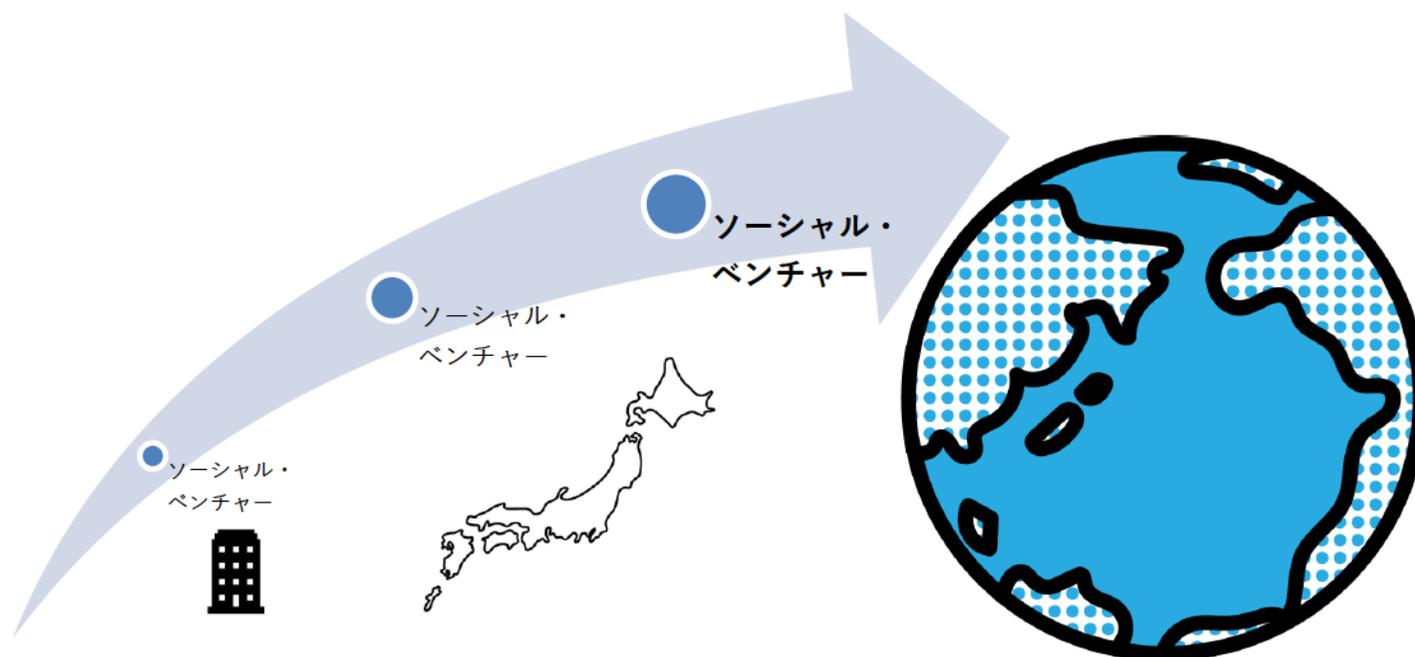
地方部にはビジネスのタネである「課題」と、「スピード」「支援」「視認性」が揃っています。ソーシャル・ベンチャーと地方自治体が連携することにより得られた「ブランディング」「実証」「発信力」の向上は、企業や事業の認知性を高め、事業拡大や金融機関からの支援に繋がります。こうして成長と資金調達を繰り返すことにより事業が拡大することで、首都圏に集中していた「情報」と「人材」といったリソースが地方に移り、さらなる飛躍・成長のチャンスに繋がるといったエコシステムの形成が期待できます。



5-6. ソーシャル・ベンチャーのこれから

今回のレポートでは、ソーシャル・ベンチャーと自治体の連携をとりあげましたが、ソーシャル・ベンチャーにとって行政との連携は、成長段階における1つのきっかけに過ぎません。エリアに閉じない課題の横展開はもちろんのこと、技術転用による新たなサービスにより、世界が市場となるなど、大きく成長・スケールする可能性があります。また、多くの大企業は、オープンイノベーションを求めてベンチャーとの連携を探っています。

そのためには、行政との連携の段階から、行政の先に存在する住民や、マーケットを見据えたビジネスモデルの確立が必要です。行政との実証をあらゆるテストマーケットの機会として活用しつつ、行政に頼らずに自走できるビジネスモデルをいかに構築していくか、今後の飛躍において一番重要な要素と言えるでしょう。



おわりに

本レポートは、ソーシャル・ベンチャーにおける潮流の一つとして、「官民連携」について取り上げました。

人口減少や少子高齢化の加速により課題先進国と呼ばれる日本は、世界に先駆けてさまざまな社会課題に直面しています。特に、都市部への人口集中により、社会課題は地方部でより顕著になっています。

今回、実施したソーシャル・ベンチャー14社、9つの支援機関、6つの自治体に対するヒアリングにおいては、関西の都市の他、地方小都市や町を舞台に、社会に貢献したいという“ベンチャーの想い”と、住民サービスの向上と我が町から誇れる企業・産業を育てていきたいという“自治体の想い”、その双方を感じることができました。

ソーシャル・ベンチャーが持つ課題解決技術やサービスは、世界の人々の役に立つユニバーサル商品やサービスに進化する可能性が大いにあります。政府もグローバル市場への果敢な挑戦を目指す「スタートアップ育成5カ年計画」の中で、ソーシャル・ベンチャーの起業家（インパクトスタートアップ）を重要なプレーヤーとして位置付けています。特に関西は、2025年に大阪・関西万博の開催が予定されており、ソーシャル・ベンチャーが世界につながる好機と言えます。

このような状況を踏まえ、当局としては、今後、自治体とソーシャル・ベンチャーの連携がもたらす有意性を地方自治体にも広く周知すると共に、双方の出会いの場を創出し、関西発のソーシャル・ベンチャー育成に向け支援していく所存です。

本レポートが、ソーシャル分野への企業の参入、起業予備軍の動きの加速、またソーシャル・ベンチャー活用による地域の課題解決・地域経済の活性化、そしてソーシャル・ベンチャーの成長に寄与することを期待しています。

最後になりましたが、ヒアリングにご協力いただきました皆様にお礼申し上げます。

～これまでの「関西企業フロントライン」の調査項目～

第1回:大手家電・電機メーカーの構造変化を受けた関西中小企業の事業転換の実態	(平成29年 6月30日)
第2回:関西長寿企業に学ぶ中小企業の持続的成長	(平成29年 9月13日)
第3回:関西中小企業の事業承継時におけるM&Aの活用の実態	(平成29年10月19日)
第4回:関西ベンチャー企業の創業・成長環境における資金調達の実態	(平成30年 1月17日)
第5回:人手不足下における関西中小企業の人材確保の実態	(平成30年 2月21日)
第6回:関西中小企業における外部人材の要職への活用実態	(平成30年 3月28日)
第7回:関西中小企業における売上拡大を目指す設備投資の原動力の実態	(平成30年 5月16日)
第8回:関西企業を取り巻く「新しい働き方」普及の実態	(平成30年 7月18日)
第9回:地域産業の持続的成長に寄与する関西中小企業の事業統合の実態	(平成30年 9月20日)
第10回:【データ編】最新の経済データから見た関西中小企業の動向	(平成30年10月17日)
第11回:関西における「中小企業の頼りになる支援人材」と支援機関の活用・評価の実態	(平成30年11月29日)
第12回:関西における外国人起業家の動向	(平成31年 1月24日)
第13回:関西中小企業における外国人材の雇用・活躍の実態	(平成31年 2月20日)
第13回:別冊:関西におけるベトナム人増加の実態	(平成31年 3月20日)
第14回:「人材」が育つ関西のオープンファクトリー	(令和元年 6月17日)
第15回:関西における「キャッシュレス」の取組実態と新たな兆し	(令和元年 8月28日)
第16回:新しいつながりが仕事を生みだす～中小企業「コネクター」の機能	(令和元年11月20日)
第17回:ブランドを確立した中小企業が取り組む新たなコラボレーションの潮流	(令和 2年 2月28日)
第18回:食品ロス問題から捉える企業のビジネスチャンス	(令和 2年 3月18日)
第19回:「成長する」関西の中小企業が取り組む新事業展開の成功ポイント	(令和 2年 4月15日)
第20回:新たな日常に向けた個人消費の変化を捉えるビジネス	(令和 2年10月21日)
第21回:現場と共創する中小企業のデジタルトランスフォーメーション(DX)	(令和 3年 1月20日)
第22回:逆風から飛び立つ航空機－関西航空機産業の明日への挑戦	(令和 3年 6月30日)
第23回:副業・兼業人材を活用するという選択肢	(令和 3年11月24日)
第24回:主体的、持続的な商店街活動のための人材育成について	(令和 4年 3月17日)

※各レポートは、下記当局ホームページからご覧頂けます。

<https://www.kansai.meti.go.jp/1-9chushoresearch/report.html>