

An aerial photograph of Osaka, Japan, showing a dense urban landscape with numerous skyscrapers and a complex network of highways. A river, likely the Yodo River, flows through the center of the city. The entire image is overlaid with a semi-transparent yellow filter. The title text is centered in the upper half of the image.

# 大阪版PPP改革について

平成19年4月

# もくじ

## I 大阪版PPP改革

- 1 大阪版PPP改革とは
- 2 大阪版PPP改革の手法
- 3 大阪版PPP改革の推進
- 4 PPP改革の事例
  - (1)民間開放
  - (2)タイアップ
  - (3)広告事業等
- 5 大阪版PPP改革のめざすもの

## II 地域貢献企業バンク

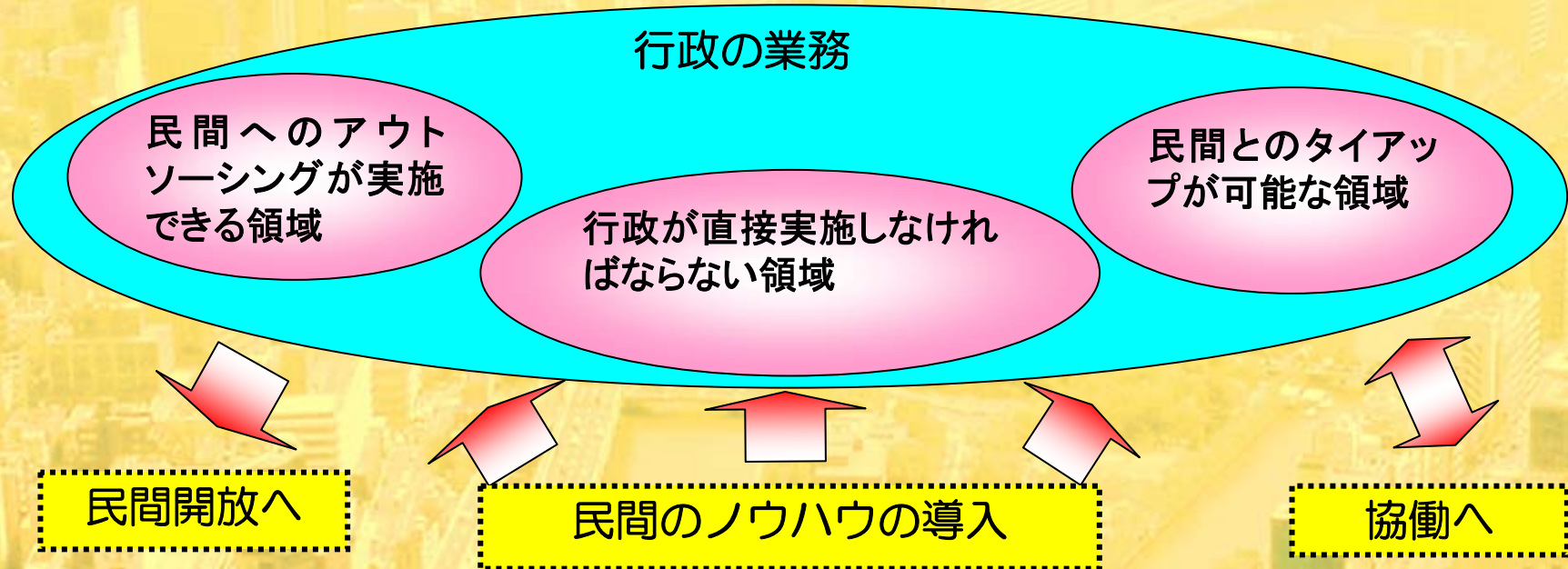
- 1 企業のCSR活動
- 2 地域貢献企業バンクの創設
- 3 マッチング事例(18年度)
- 4 地域貢献企業バンクの意義

## III 大阪版市場化テスト

- 1 市場化テストとは
- 2 大阪版市場化テストの実施
- 3 大阪版市場化テストの意義

## I-1 大阪版PPP改革とは

《行政の業務》



《目的》

行政と民間が多様な形で連携することにより、行政スタイルの転換を進め、効率的でより質の高い公共サービスを提供する。

- ⇒さらなるコスト削減と住民サービスの向上の両面から府政改革を進める
- ⇒行政と民間が協働し、地域のことは地域が責任を持って決める地域社会づくりをめざす
- ⇒民間の経営感覚等を取り入れながら、府職員の意識改革を促す

※平成16年9月 大阪版PPP改革の提唱（大阪府行財政計画の改定にあたって）

## I-2 大阪版PPP改革の手法

### 民間開放

府が担うべき事業について、その業務の全部又は一部を民間に委ねる取組み

- 業務のアウトソーシング
- 総務サービスセンター  
(官民協働のシェアードサービス)
- 指定管理者制度
- PFI事業
- 大阪版市場化テスト など

⇒ II-4-(1)

### 民間活力(ノウハウ、資金等)の活用

府が事業を実施する際に、民間のノウハウや資金を活用する取組み

- 広告事業、ストリートファニチャー、ネーミングライツ
- ESCO事業
- 地方独立行政法人化
- 民間との人事交流
- 規制緩和 など

⇒ II-4-(3)

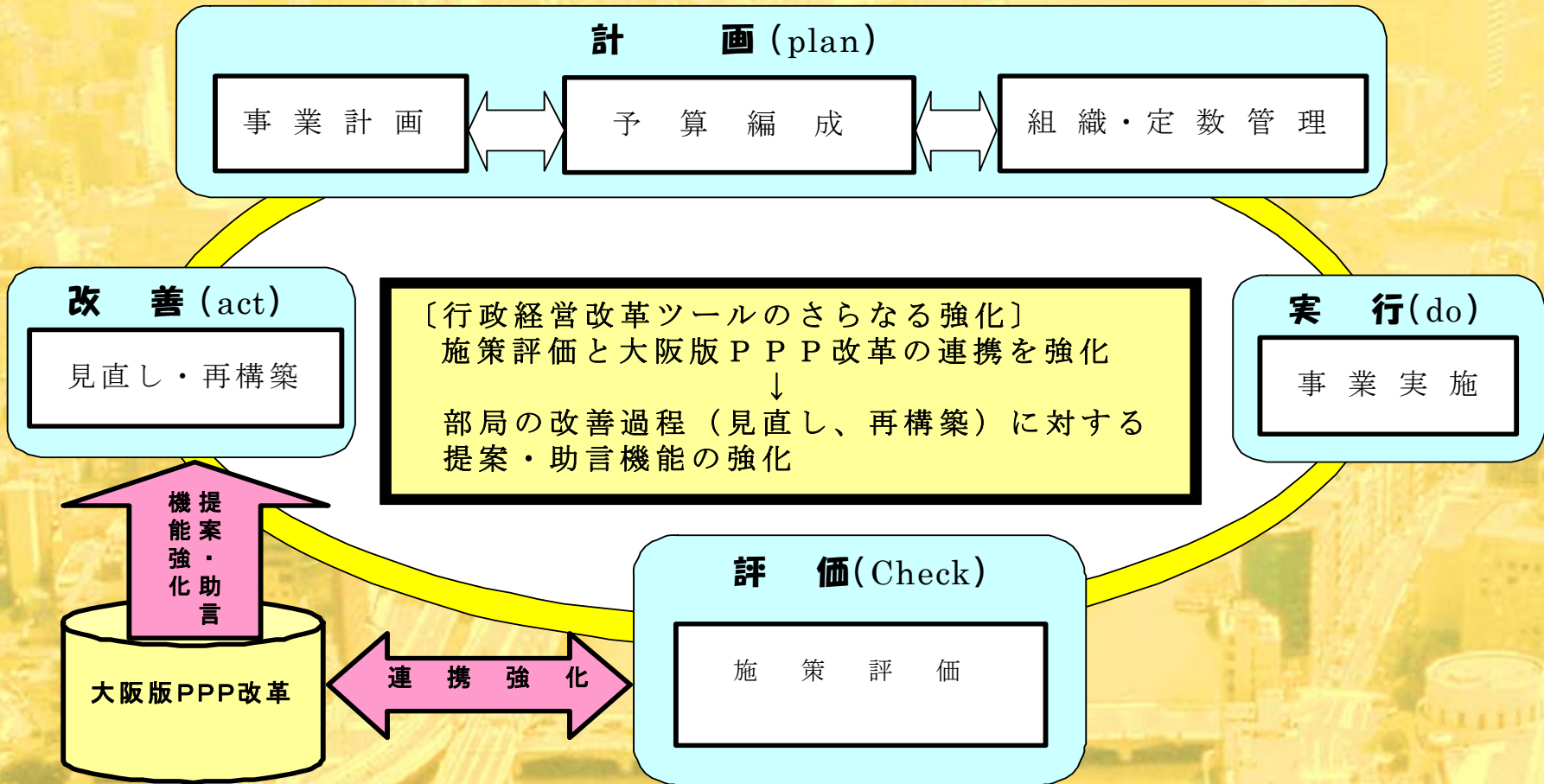
### 協働

府が事業を実施する場合、民間と協働・連携する取組み

- 住民・地域との協働
- NPOとの協働
- 企業との協働
- 民間施設と連携
- 民間育成 など

⇒ II-4-(2)

# I-3 大阪版PPP改革の推進



- (参考) 施策評価
- ☆社会経済情勢に的確に対応するとともに、府政の透明性を確保するため府実施の約300施策・1800事業について実施
- ☆施策を構成する事業について、社会的ニーズや府の関与の必要性などの観点から点検・分析
- ☆優先順位付け(AAA、AA、A)とともに、事業の今後の方向付け(「拡大」「継続」「見直し」「休止・廃止」)を実施
- ☆平成13年度の開始以来、毎年度、おおむね2割程度の休止・廃止を含む見直し効果。
- ●評価制度の改革・充実(平成18年度～)
- (1) 施策評価基本方針の策定(2) 見直し重点項目の設定(H18①官民協働の推進②府庁内外二重行政の解消)
- (3) 官民協働・民間開放の取組みと一体的運用(4) 外部アドバイザー制度の導入(公認会計士、民間シンクタンク、学識経験者等)

## I-4-(1) PPP改革の事例(民間開放)

### ★アウトソーシング

- ・パスポートセンターの窓口業務(H16～)

★日曜日の開庁も実現

- ・融資に係る債権の回収業務(H16～)

★サービサーを活用し効率化

- ・自動車税関連業務の一部事務(H17～)

★業務改善、組織再編とあわせて実施

### ★総務サービスセンターの実施(H16～)

(官民協働のシェアードサービス)

- ・全国ではじめてITを活用したシェアードサービスを実現
- ・コールセンター機能をアウトソーシング
- ・H18から府費負担教職員にも拡大

★400人の人員削減効果

### ★新JOBカフェOSAKA(H19～)

- ・H16から若者の仕事探しのサポート拠点として開設
- ・平成18年度末の国モデル事業の終了に伴い、新たに官民連携で運営フレームを再構築

★国費がなくなっても同様の機能を継続

### ★指定管理者制度(H16～)

- ・85施設中68施設で導入うち51施設で公募を実施

★委託費の約10%削減効果  
★自主事業によるサービスの質の向上

### ★PFI事業(H13～)

- ・11施設で導入、うち2施設が完成
- ・資金調達、設計、建設、維持管理等に民間ノウハウを導入



★5～30%の経費削減効果等  
★府営住宅の建替残地処分と一体化した取組なども実施

写真は江坂駅南立体駐車場

### ★大阪版市場化テストの実施(H19～)

- ・全国に先駆けガイドラインを策定(H17)
- ・全国ではじめて体系的な取組を推進

IV 大阪版市場化テストへ

## I-4-(2) PPP改革の事例(タイアップ)

### ★アドプト・プログラム

- ・河川、道路、港湾、森林で、住民や企業の方々の自主的な取組を支援

★府内で405箇所、約42000人の方々が参加

### ★NPOとの協働

- ・大阪NPOプラザの管理運営
- ・住まいの評価・管理アドバイザー

### ★食育の推進

- ・野菜たっぷりコンビニ弁当(ローソン)
- ・野菜めっちゃバリバリお好み焼き(千房)

★府民にわかりやすい形で食品を提示、提供  
★監修料で府の歳入も…

- ・健康おおさか21・食育推進企業団の活動
- スーパーマーケットを拠点にした取組の推進、府作成リーフレットの企業による増刷など

★食材産業や供給の拠点と連携した、効果のある取組みを実現

### ★災害時の協定締結

- ・大規模地震等の災害時の支援
- ・ローソン、近畿コココーラなど

★災害時の対応を官民あげて行う体制の整備

### ★共同開発による「LED道路照明灯の導入」

- ・府が提案し、企業が製品化。府道2路線で30基を試行的に設置

★全国初の取組。コスト面、環境面、安全面で効果が大きい

### ★民間PET検査診療施設の誘致

- ・成人病Cの敷地内に医療法人のPET検査施設を誘致



★府の負担ゼロで、実質的に成人病Cの検査機能が強化

★府内のPET検査の需要にも応える

PET:陽電子撮影装置

### ★ネット公売の開始

- ・ヤフー・ジャパンと連携して公売を実施

★入札期間中、日本全国から昼夜を問わず何度でも入札が可能となり、より有利な売却が実現

### ★地域貢献企業バンク

- ・府政と企業の意欲をマッチング **III. 地域貢献企業バンクへ**

## I-4-(3) PPP改革の事例(広告事業等)

### 《広告事業等の仕組み》

- ◆ 庁舎、印刷物(冊子、リーフレット、封筒等)、ホームページなど  
府が保有する資産に広告等を掲載することにより、その有効活用を図る。



### 《目的・期待される効果》

#### ◆ 府として期待する効果

- ・新たな税源の確保
- ・広告料収入を活用した事業実施



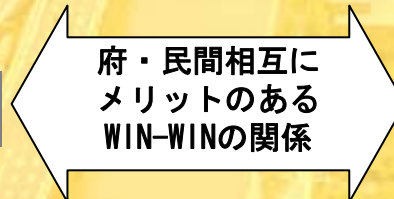
収入確保、府民サービス向上

#### ◆ 広告主(民間企業等)に見込まれる効果

- ・府の資産等への広告掲載による企業イメージの向上
- ・ターゲットを絞ったPRの展開



新たな事業PR(広告)の場の拡大



### 《広告事業等の種類》(※検討中のものを含む)

- ◆ 屋内広告(庁舎内壁面、企業チラシを置くラック、玄関マット、電光掲示板など)
- ◆ 屋外広告(庁舎等の外壁面、府有地、道路・橋梁など構造物、公用車など)
- ◆ その他(リーフレット、冊子、封筒など各種印刷物、ホームページバナー広告など)
- ◆ ストリートファニチャー(歩道橋リフレッシュ事業など)
- ◆ ネーミングライツ(施設等の命名権を売却)



## I-4-(3) PPP改革の事例(広告事業等)～主な取り組み事例～

### ■屋内広告

○パスポートセンター(本所)壁面広告、ラックへの企業チラシ設置(17年4月～・全国初)



★ポイント:来所数が多数あり、かつ来所の目的が明確(年間約36万人が来所、海外渡航予定者)な施設に広告を掲出

→広告ターゲットが多数かつ明確であるため広告価値が高い

I-4-(3) PPP改革の事例(広告事業等) ~主な取組み事例~

■印刷物

○納税通知書送付用封筒(17年5月~)



★ポイント:発行部数  
やアクセス件数が多い、  
又は対象者が明確で  
ある媒体に広告を掲載  
  
→広告ターゲットが多  
数又は明確であるため、  
広告価値が高い

■電子媒体

○ホームページバナー広告(17年6月~)



○共通封筒(17年10月~)



○職員録(17年7月~)



○自動車環境対策リーフレット(18年5月~)



# I-4-(3) PPP改革の事例(広告事業等) ~主な取組み事例~

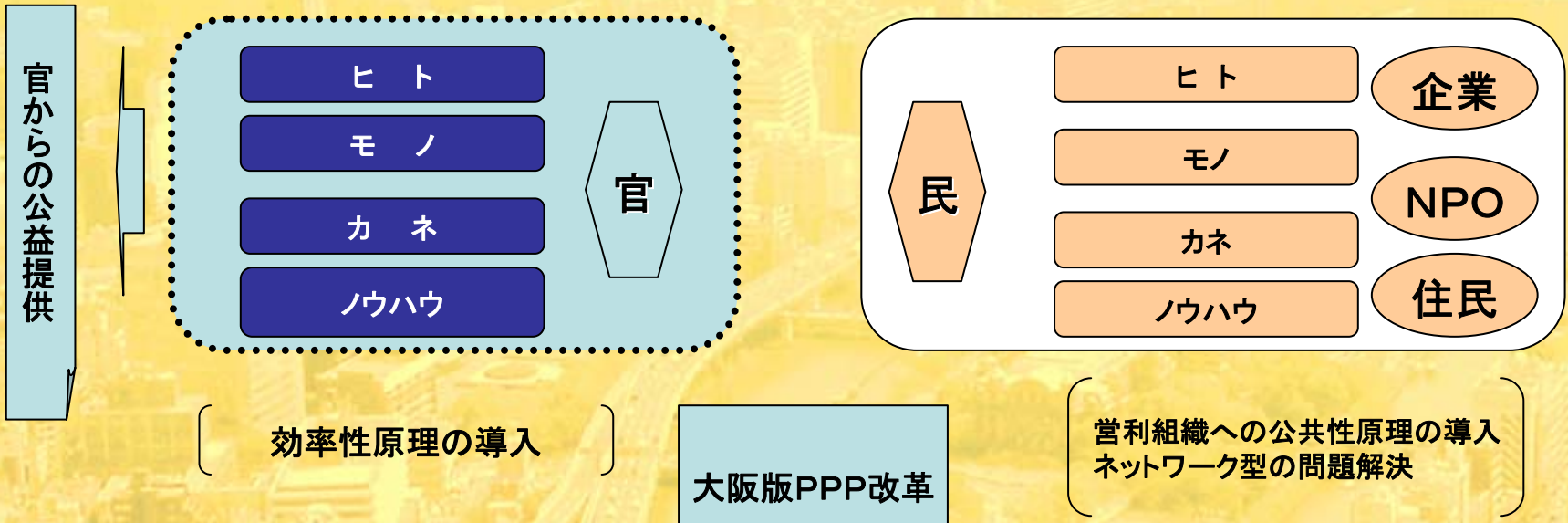
## ■ストリートファニチャー

### ○「歩道橋リフレッシュ事業」(17年度~)

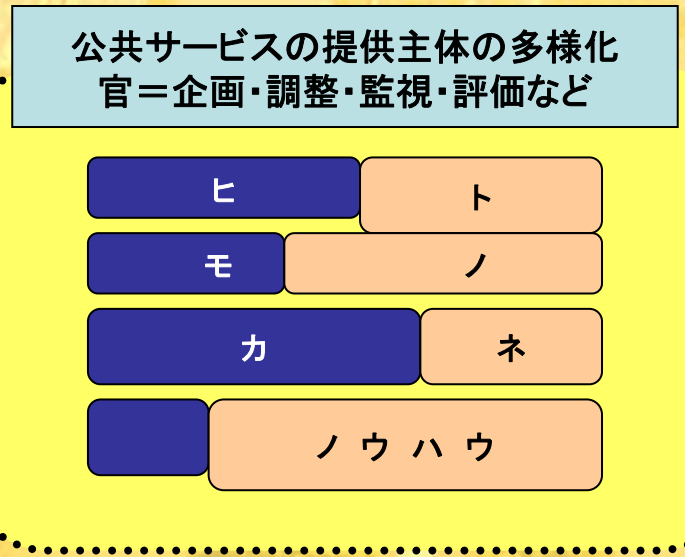


★ポイント:府が管理する歩道橋のうち、交通誘導、渋滞緩和など公共性の高いものについて、企業等が歩道橋の塗り替えを行う代わりに、その公共施設等への道先案内を歩道橋に標示  
→民間資金による歩道橋の塗り替え、当該施設への道先案内を標示による交通流の円滑化

# I-5 大阪版PPP改革のめざすもの



新たな公益提供

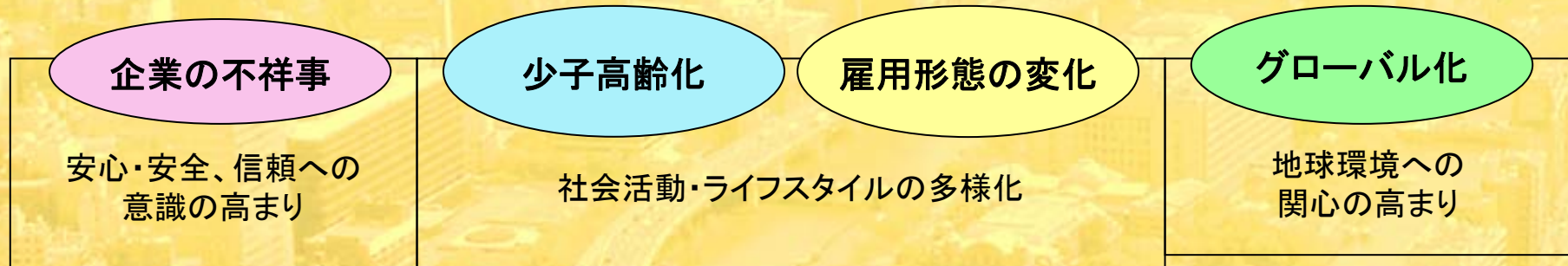


## 推進のための官の課題

- 職員の意識改革
- 参画のための仕組みづくり
- 徹底した情報開示
- 責任主体の明確化
- Win-Winの関係

## Ⅱ-1 企業のCSR活動

### 《CSRの背景》



社会の一員としての企業の役割の高まり  
⇒企業の社会的責任(CSR)の取組み  
→CSRの一環としての社会貢献活動への期待

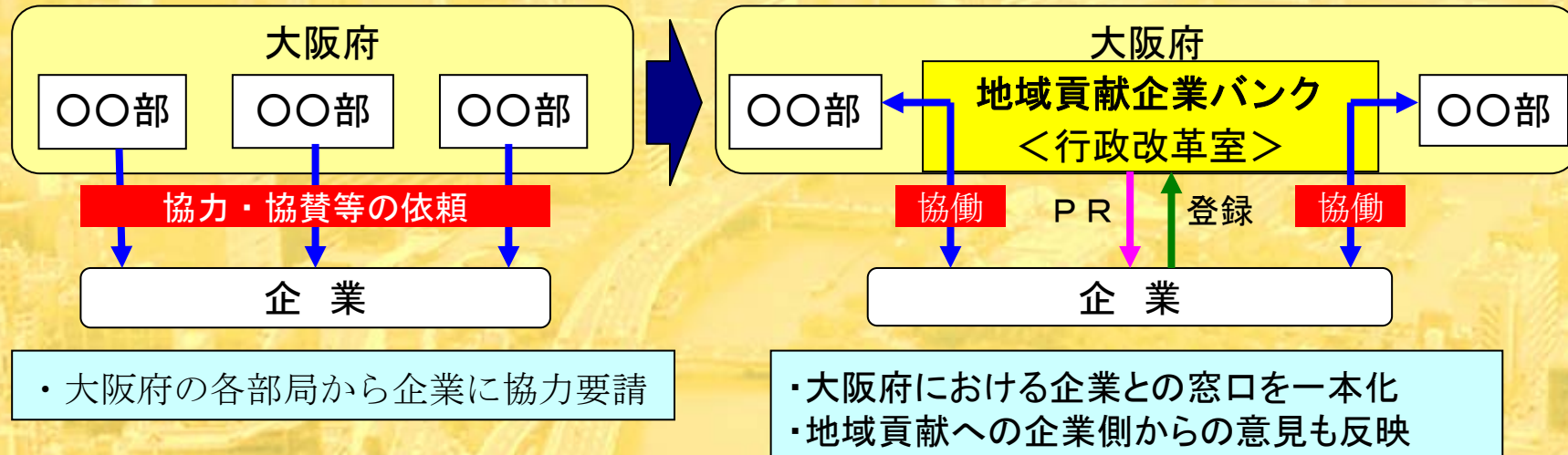
### 《企業の課題》

- ・地域のニーズに応じた特色ある活動の展開
- ・社会貢献活動に対する社員のモチベーションとインセンティブの向上
- ・適切な協働者の選択

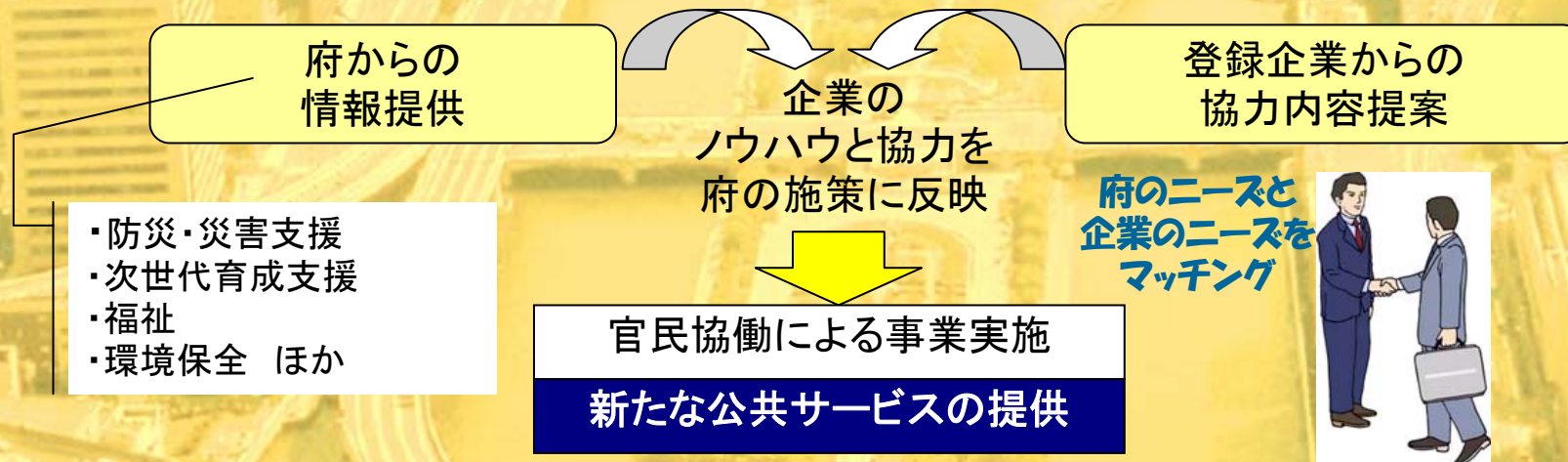
国や経済界において、企業のCSRを側面的に支援する方策検討の動きも・・・

## II-2 地域貢献企業バンク(大阪府政・地域貢献企業登録制度)の創設

### 《地域貢献バンク制度創設の理念》



企業の社会貢献活動と府の施策のマッチングを図る仕組み 平成18年9月19日制度創設



詳しくはホームページをご覧ください⇒ <http://www.pref.osaka.jp/kikaku/chiikikoken/index.html>

## Ⅱ-3 地域貢献企業バンク マッチング事例 (H18年度)

### ■「こころの再生」府民運動

○イオン株式会社

☆子どもファーストディ  
(毎月第3土曜日)協賛



☆「こころの苗木」の植樹



### ■文化・芸術

○株式会社りそな銀行

☆第34回府民コンサート  
(H19.3.2)開催会場として  
本店施設(500名収容)を  
無償提供



### ■福祉

○ダイハツ工業株式会社

☆軽自動車福祉車両  
を全国都道府県等  
に寄贈



### ■まちづくり

○イオン株式会社

☆「地震に自身!! 耐震フェスタ2007」  
(H19.2.17~19:3日間)の開催協力  
・イベント企画協力  
・会場及び音響機器等の無償提供  
・参加者への物品提供 など



### ■防災・災害支援

○日本ペイント株式会社

☆災害時の緊急ヘリコプター用  
対空表示にかかる材料(塗料)  
提供及び塗装への協力



## Ⅱ-4 地域貢献企業バンクの意義

社会貢献をキーワードに府と企業を結ぶ窓口を一元化

### 《窓口の主な役割》

- ・マッチングに係る登録企業からの相談への対応
- ・登録企業への府政情報の提供
- ・登録企業とのマッチングに向けた部局へのアドバイス(企業ニーズの提供)
- ・マッチング実績の公表(PR)

府

- ・府政の取組みに対する企業の理解促進
  - ・企業からも府に提案(民間ノウハウの施策反映)
- これらによって行政活動の企画立案機能の好循環を期待

企業

新たな“公”の実現(新たな公共サービスの提供)

### ＜府＞

- ・職員の官民協働への意識向上
- ・当初予算議論の段階での計画的な協働事業の企画立案

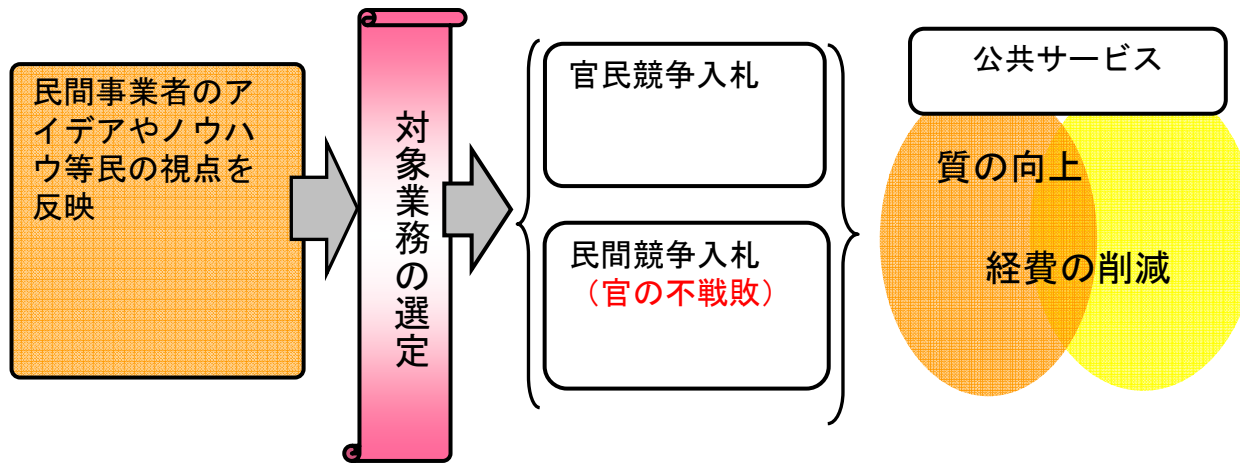
⇒官民協働の促進とスムーズな事業展開へ



## Ⅲ-1 市場化テストとは

- 市場化テストの語源は、“Market Testing”の日本語訳。1980年にイギリスで始まったCCT（強制競争入札）が原型となっている。
- 市場化テストとは、競争の導入による公共サービスの改革。官民が競争により、コスト面と質の面から比較して最も優れた主体がサービスの提供者となる制度。
- 市場化テストとは、狭義には「官民競争入札」を示すが、多くの場合、入札によらない官民比較なども含んだ概念となっており、さらには広く民間の事業提案を募る試み等、より幅広く解釈されている。
- これまで独占的・非競争的であった公共サービスに競争原理がもたらされ、民間開放が進むと同時に業務改革が期待される。
  - ※国では、「競争の導入による公共サービス改革法」（18年7月成立）を制定の上、具体的業務について、18年度から導入し、19年度から民間開放を実施。
  - ※国を初め、現在25都道府県で「導入ないし導入の検討」を表明。

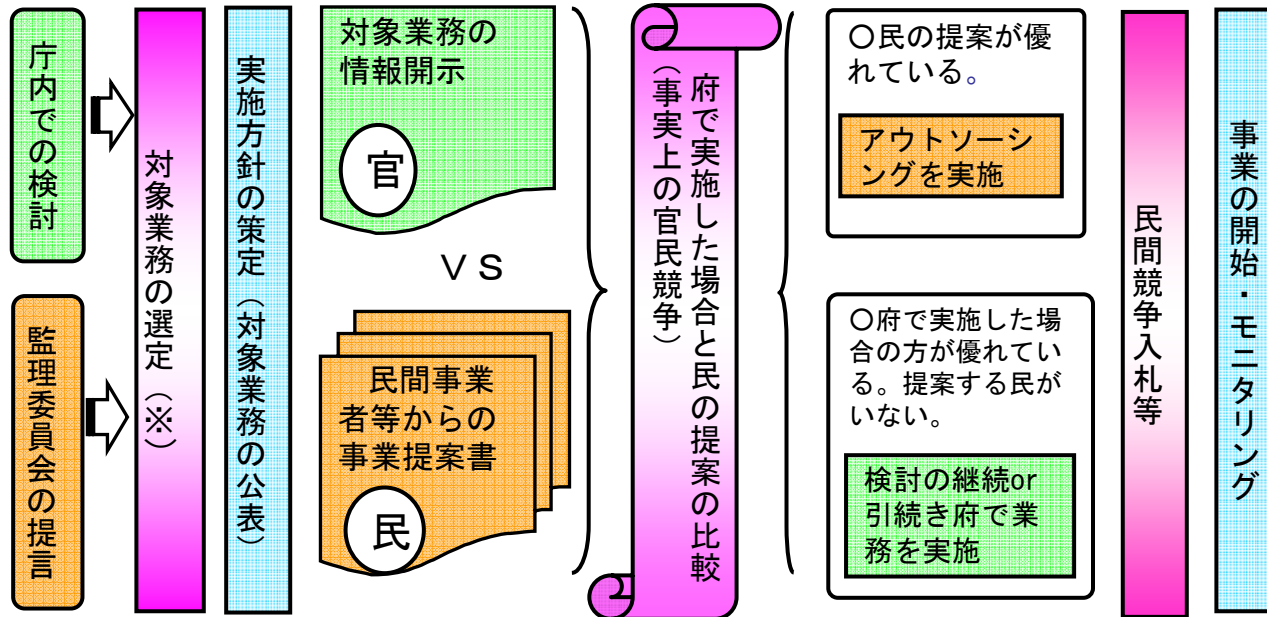
### 市場化テスト（公共サービスの改革）の鳥瞰



## Ⅲ-2 大阪版市場化テストの実施

- 平成17年6月に基本方針である「大阪府市場化テストガイドライン」を策定。
- 平成19年1月に「大阪版市場化テストの実施」として、具体的な進め方を公表。
- 2月には第1回大阪版市場化テスト監理委員会を開催。
- 4月に、第2回監理委員会(対象業務の選定)を開催予定。

### 大阪版市場化テストの実施プロセス



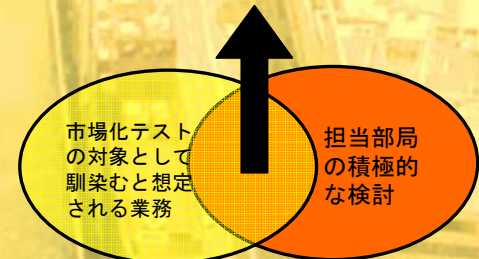
### 大阪版市場化テスト監理委員会の審議

#### 対象業務選定における主な視点

- ◎民のアイデア・ノウハウを反映できる包括的な業務
- ◎他の自治体において、既にアウトソーシングの実績がある業務
- ◎民側から、民間開放についての要望が多い分野
- ◎民間事業者等の受け手の存在が想定できる分野
- ◎担当部局が包括的な民間委託を(積極的に)検討している業務 など

#### ※現時点で検討している業務・分野

- 職員研修
- 自動車税事務所の催告事務
- 技専校テカ講座
- 申請書の受付等の窓口業務
- 出資法人への委託業務 等



### Ⅲ-3 大阪版市場化テストの意義

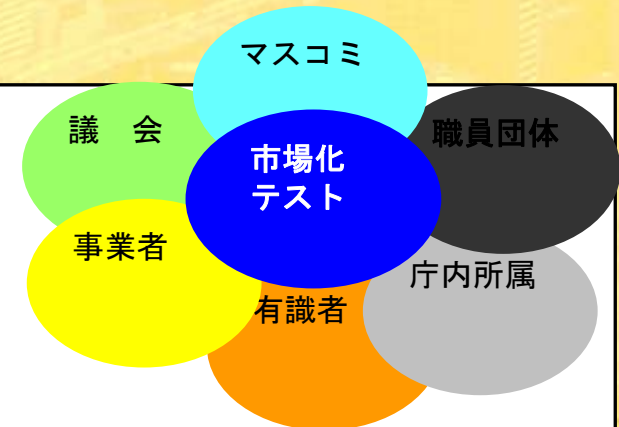
市場化テストをめぐる状況は複雑。

とくに、

◎マスコミは、市場化テスト＝官民競争入札という“固定観念”。

◎庁内的には、“自分たちの職域を荒らされる”という思い。

⇒方向は違うが、“殻を破る、破られる”という思い。



では、殻を破る、破られるとは何か。これこそが市場化テストの意義である。

#### ●公共サービスの質の向上と効率化（サービスの殻を破る）

官と民が互いの強みを活かしながら、公共サービスの質の向上と効率化を実現。

#### ●職員の意識改革（意識の殻を破る）

大阪版市場化テストの特徴は、官側がまず情報開示した上で、検討の過程をオープンにすること（民の提案、監理委員会の検討）。100%決まったものしか、オープンにしないというのではなく、まず、いろんな知恵やアイデアを借りながら“やってみる”ことの大切さ。官側もよりよいサービスの提供を常に意識に持つこと。

#### ●組織の刷新（組織の殻を破る）

官民比較の結果、民間開放となれば、組織のスリム化を図りながら、資源を集中しなければならない業務（コアコンピタンス）や組織のあり方を模索。

民間開放  
可能な領域

コアコンピタンス

# 「大阪版PPP改革」に関するホームページURL

大阪版PPP改革

<http://www.pref.osaka.jp/kikaku/ppp/index.html>

広告事業ご案内

<http://www.pref.osaka.jp/kikaku/kokoku/top.html>

地域貢献企業バンク

<http://www.pref.osaka.jp/kikaku/chiikikoken/index.html>

大阪版市場化テスト

<http://www.pref.osaka.jp/kikaku/sijohka/jisshi.html>