

横浜市 共創推進の指針

共創の“ツボ”

ケーススタディで掴むポイント



はじめに

横浜市「共創推進の指針 ～共創による新たな公共づくりに向けて～」について

- ・「共創推進の指針」は平成20(2008)年度に策定されました。
- ・「共創フロント」に代表される“公民連携手法”の解説をはじめ、本市に関心を寄せる民間企業も行政も、それぞれが意識したい“マインドの持ち方”などが書かれています。
- ・令和6(2024)年度に至る16年間の積み重ねの中で、数々の事例が生まれてきましたが、こうした事例から、現場の感覚や知見などを読み解き、“**実務上必要なポイント(ツボ)**”として発信することで、横浜市の「共創」を一層推進します。

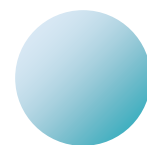


目次

—Outline—

横浜市「共創推進の指針」

「共創の“コツ”」



ケーススタディで掴むポイント

- ▶ 【1】「共創」の黎明
- ▶ 【2】「共創」は何のためにある？
- ▶ 【3】「共創」の先にある“公民連携(手法)”
- ▶ 【4】実務上の“ツボ”-ケーススタディ-

1 「共創」の黎明

※『共創推進の指針』P1～4より

Outline

○2000年代に入り、公の領域に民のノウハウを取り入れ、ビジネス化を図る期待が双方で高まる。

・PFI法、指定管理者制度、ネーミングライツ、民営化・民間委託等

⇒行政が、みずからの知識・経験の範囲内で、詳細な条件設定をあらかじめ行うなどの課題

従来型の行政主導型の公民連携事業



○公の壁を取り払い、民の話を聞くところ＝「対話」から始める。

⇒平成20(2008)年度…“一步進んだ公民連携”としての「共創」の誕生

「共創」の黎明

Point 01

公民連携 ▶ 様々な手法により、行政の事業に民間主体を参画させる

共 創 ▶ 手法を問わず、まず対等な立場で「対話」から始める



2 「共創」は何のためにある？

※『共創推進の指針』P6より

Outline

○最も大きな目的は：（横浜市や日本の）社会全体をよくしていくこと

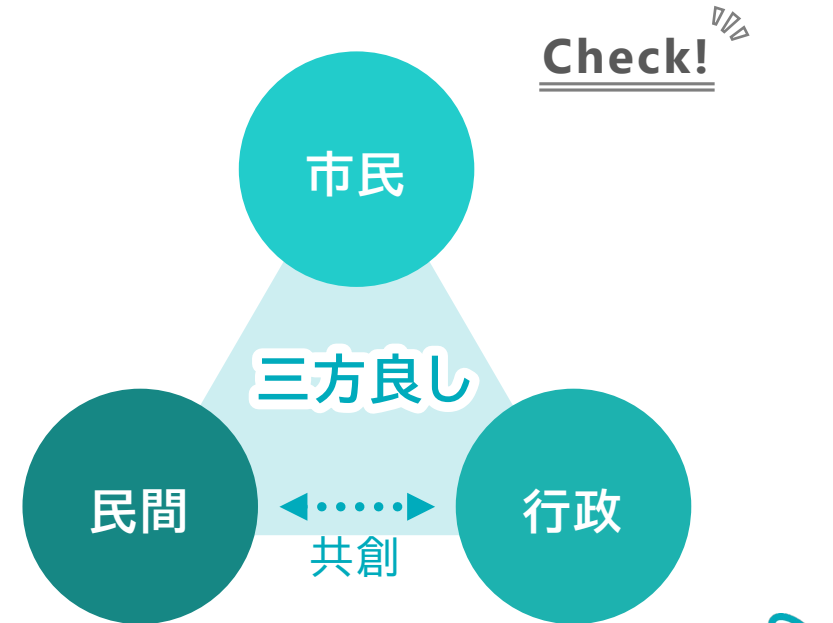
○右の3者それぞれの視点で、次の＜3つの目的＞がある



質の高い公共サービスの提供

新たなビジネスチャンスの創出

横浜らしい地域活性化の推進



Point 02

- ▶ 目的を忘れずに、「対話」のたびに見つめ直して進むことが大事！
- ▶ 共創も公民連携も、目的に向かって進むための手法(道)。固執する必要はない。

2 「共創」は何のためにある？

「共創」の現在地！



- 企業から横浜市に対して寄せていただく関心は依然として高く、
「公民連携」の手法を取り入れる事例(や意識・マインド)が年々増加(下表参照)
- そんな今だからこそ、改めて「共創」のことについてチェック！

Point 03

⇒民間事業者等と連携した取組調査(全庁照会)の結果
中期計画における指標(R4～R7)

年度	R3 (現状値)	R4 (2022)	R5 (2023)	R6 (2024)	R7 (2025)	目標値
(目標値)	-	600	650	700	750	2,700 (延べ)
(実績値)	609	782	843	-	-	-

※共創フロント以外の各種手法も含む総括的実績



企業 × 行政

共創対話

Point 04

「共創フロント」も、数ある手法のなかのひとつ
“可能性は広がっている”というイメージを持つことが、共創マインドへとつながっていきます

共創フロント（フリー型・テーマ型）

共創ラボ・リビングラボ（対話の場形成）

サウンディング調査

PPP ・ PFI

指定管理者制度

広告事業・ネーミングライツ

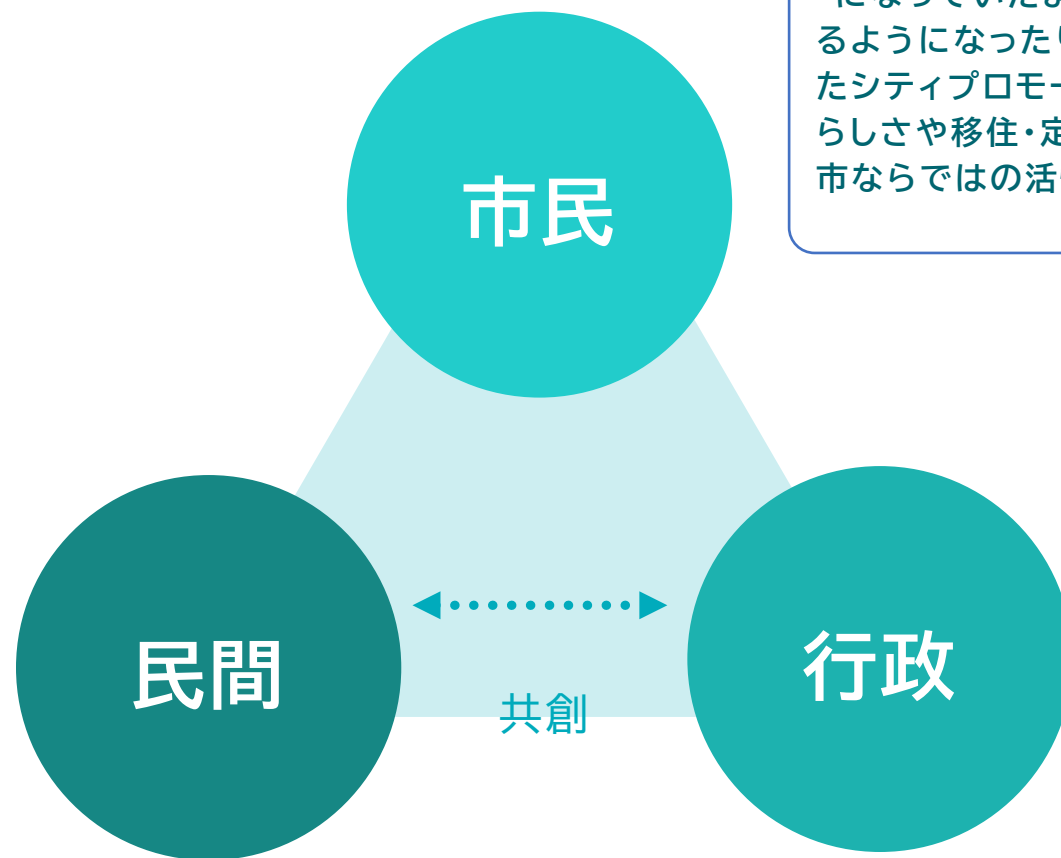
（行政として）一般的な契約・公募など

“これまでにない手法・道筋”

- ケース（事例） からつかむ“共創のポイント”
- フリー型共創フロントだけでも、積み上げた連携事例は 【540件】（R5時点）
庁内全体で民間企業と連携した実績数は 【843件】 にもものぼる（P6参照）
- 連携につながる“ツボ”、反省点として生かすべき“ツボ”をご紹介します
 - “三方よし”の具体的な事例
 - “課題”が生じた事例



それぞれの主体にもたらされるもの



市民からのニーズはあるが、行政事業の“すき間”になっていたような分野で、サービスが受けられるようになったり、有名コンテンツとタイアップしたシティプロモーションによって、市民としての誇らしさや移住・定住のきっかけがうまれたりと、本市ならではの活性化につながっています。

ESGやインパクト投資等の視点から、自社のサービスや新規事業において、社会課題の解決を図ろうとするとときに、実証・実践のフィールドが見つかります。

また、横浜市という人口規模が大きく、同時に多様な課題を抱える自治体との連携は、実績としての周知効果も大きく、将来全国的な展開を図る際の試金石にもなります。

公共性や公平性への懸念がイメージされがちな行政ですが、横浜市にはそうしたハードルを越えるための仕組みや窓口を設置しています。

また、民間企業のサービスには人々の暮らしをより豊かにする目的もあることから、公民連携は行政にとっても質的・量的に市民利便性を向上させる大切なものとなります。

ケース1 民間が持つコンテンツ・ライセンスの公共目的でのシェア

<連携概要>

有名コンテンツとタイアップし、横浜の景観や公共空間も存分に活用して、国内外に広くメディア発信された共創事例。

#観光

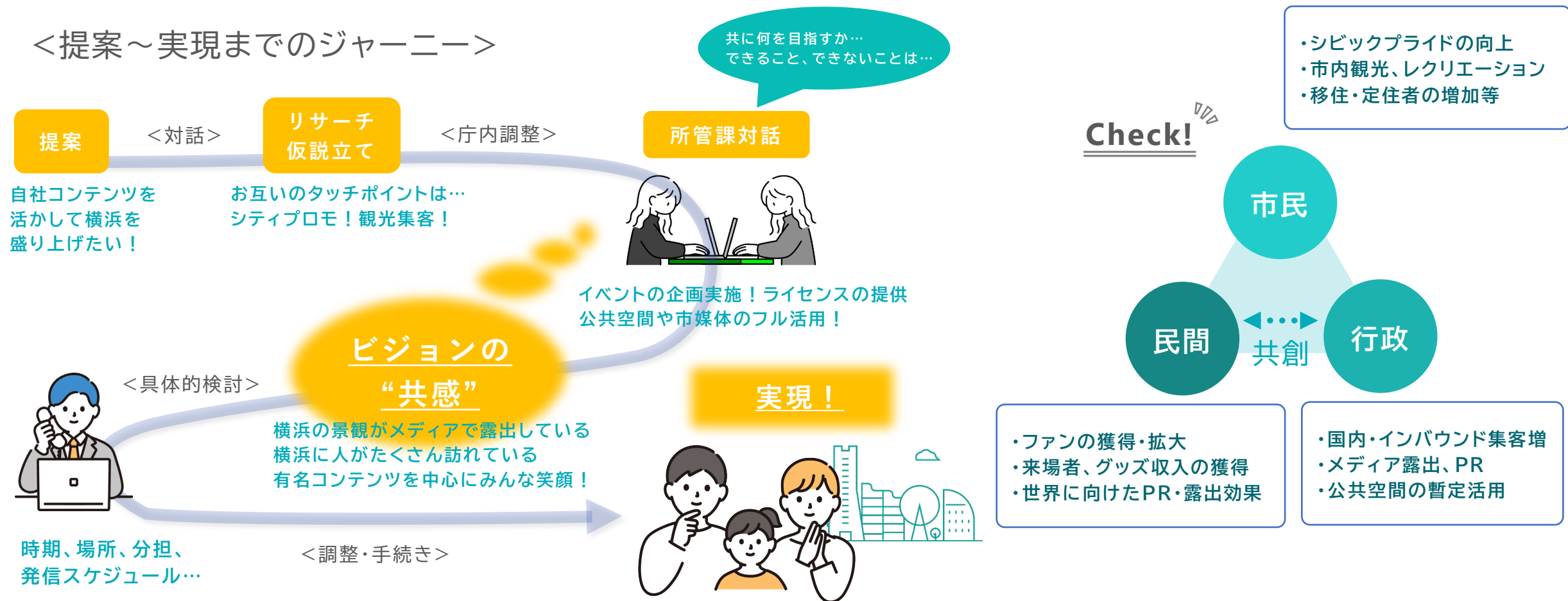
#シティプロモーション

#公共空間活用

共創フロント（フリー型）

パートナーシップ方式

<提案～実現までのジャーニー>



ケース 2 行政活動に民間リソースを活用

医療

健康

普及啓発

行動変容

<連携概要>

共創フロント（フリー型）

パートナーシップ方式

行政施策の周知・PRにおいて、行政・企業それぞれの強みと弱みを補い、相乗効果を狙った共創事例

<提案～実現までのジャーニー>



ケース3 公民のリソースを出し合った実証実験

事業開発

業務改善

ユーモア

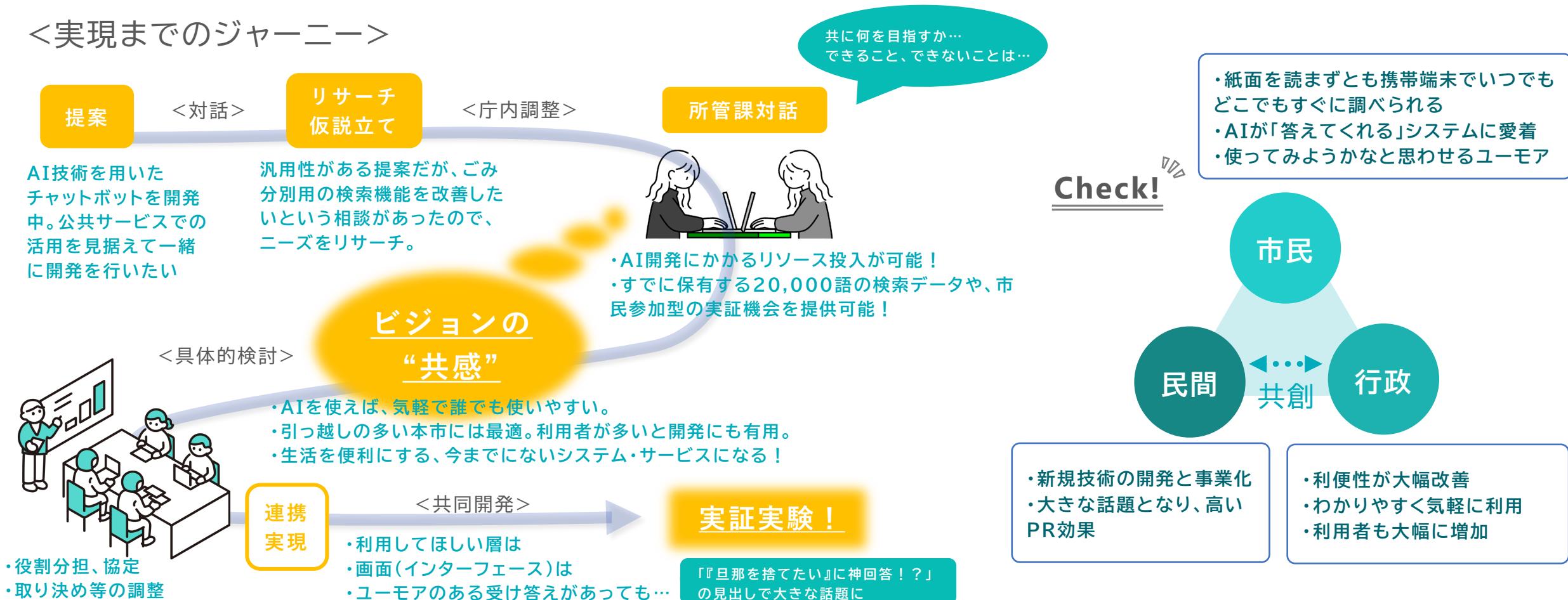
<連携概要>

共創フロント（フリー型）

実証実験

AI開発の黎明期に、チャットボットを用いた公的サービスを共同で開発し、実証実験での効果検証に取り組んだ共創事例。

<実現までのジャーニー>



ケース4 公民連携の視点を取り入れた公有地処分

公有地処分

財源確保

公共性担保

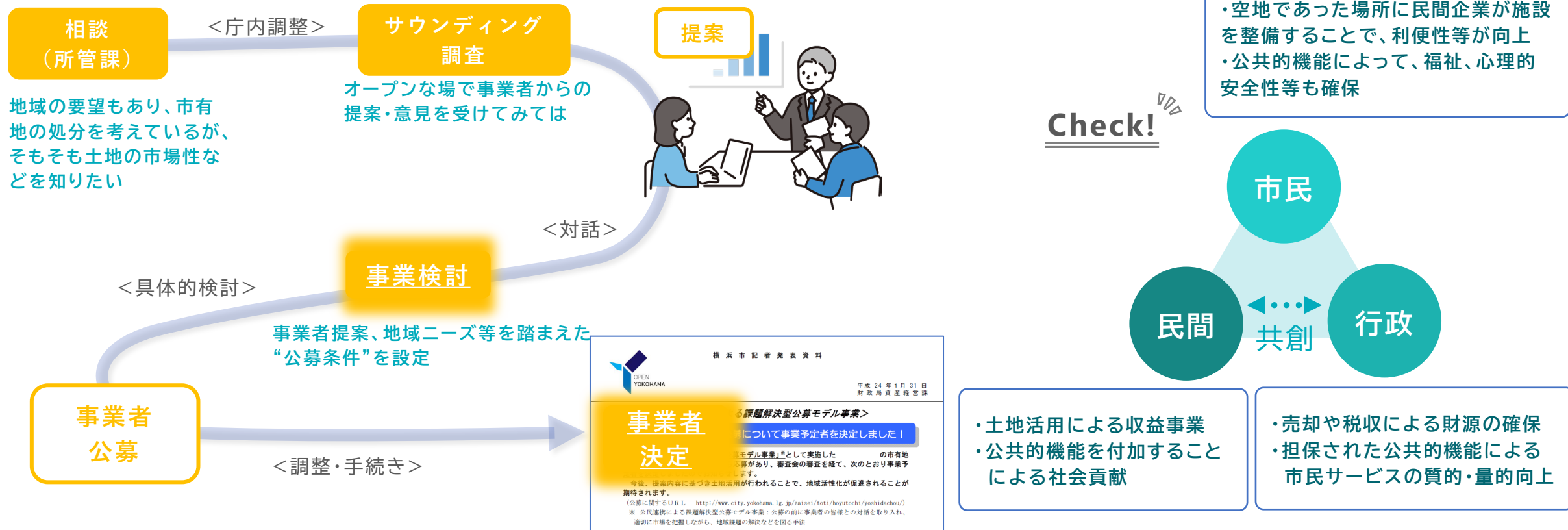
サウンディング調査

条件付公募方式

<連携概要>

事業予定のない市有地を財源確保や市民の利便性向上のために処分（売却）するにあたり、一定の公共的機能を設ける等、公共性を担保する条件を付して公募を行った共創事例

<実現までのジャーニー>



人対人の関係づくりが大切です

#マインド

#関係性

#想定

事例から見た“留意すべきケース”

▶ 民間企業（法人）対行政機関ですが、好循環をもたらすのは担当者レベルでの【人対人の関係】です💡

○行政の人事異動スパンが短いことは知られていますが、民間企業にももちろん異動があるほか、社会情勢の影響が経営方針やリソースなどの見直しにつながりやすいとされています。こうした想定され得る状況変化に対しても、【人対人の関係】を意識して、しっかりとバトンを繋いでいきましょう！
（引継ぎの徹底や時宜を捉えた連絡体制（異動時、年末年始等）の構築など）

最後に

これからの「共創」の推進に向けて

- ・横浜市の共創は、15年を超える取組実績や蓄積を持ち、企業や他の自治体などからも依然として高い関心を寄せていただいています。
- ・一方で377万の人口を擁し、地域ごとに多様な社会課題を抱える本市では、引き続き共創の視点を持った取組が必要となっています。
- ・今後も好事例・好循環が生まれていくには、企業や本市の職員一人ひとりが、
“共創することで社会を少しでもよくできる”というマインドを持つことが重要です。
- ・本市においては、共創推進室が引き続き公民連携の総合的な窓口となり、対話のハブとなっていくことに加え、事例や実績、留意点をわかりやすく発信することによって企業や庁内部署を支援していきます。

改訂履歴

発行	発行	改定内容
Version1.0	令和7年3月	初版発行