

## 論点4:企業ノウハウの保護

# 各事例における企業ノウハウの保護に対する工夫

民間事業者のノウハウ等の流出に配慮し、個別対話の実施、企業名の非公表、実施結果の公表に係る民間事業者への事前確認といった点に工夫が図られている。

## 横浜市「サウンディング調査」

### ○対話の方法

- アイデア及びノウハウの保護のため、市と民間事業者との対話は個別に実施

### ○実施結果の公表に係る条件

- 対話の実施結果については、概要をホームページ等で公表
- 公表にあたっては、事前に参加企業等に内容を確認
- 参加企業等の名称は、公表しない

## 福岡市「水上公園に係る民間発案」

### ○対話の方法

- 市と民間事業者との対話は個別に実施

### ○実施結果の公表に係る条件

- ノウハウ等の流出に配慮し、提案を行った民間事業者の名称、概略提案書は原則として非公開・非公表

### ○知的財産の保護

- 提案事業者の提出する書類の著作権はそれぞれの提案事業者に帰属

# 企業ノウハウの保護 ヒアリング結果

サウンディング調査、民間発案を行う行政担当者、民間事業者にヒアリングを行った。

## 行政担当者

- 民間事業者が安心して提案できるよう配慮することは必須
  - 提案書類は原則的に全面非公開
  - 提案書の著作権は提案者に帰属
  - 対話結果の概要を公表する際でも、具体性を抑えた表現にとどめるとともに、公表前に参加者本人に内容確認を行う。



## 民間事業者

- 提案書の著作権が民間側にあり、結果公表時に内容確認を行うならば、安心して提案に参加できる。

# 企業ノウハウの保護 ヒアリング結果

さらに、民間事業者からは次のような意見もあった。

## 民間事業者

- 提案内容がそのまま本公募の条件に使われるのは困る。  
→ 自社のアイデアが本公募で他社に模倣されることとなる。
- 自社の提案内容を他社に見られたくない。
- グループ組成の情報も見られたくない。  
→ どこが運営するかは事業の重要なポイントであるため。

# 適切な企業ノウハウの保護とは

事例等に鑑み、適切な企業ノウハウの保護について整理すると以下のとおりにまとめられる。

- 横浜市「サウンディング調査」や福岡市「民間発案」は、民間事業者のノウハウ等の流出に配慮した様々な工夫がなされており、適切な手法であるといえる。
- また、これらの手法には、民間事業者からも安心して参加できるとの評価があった。
- 他にも、民間事業者からは、自社のアイデアを他社に模倣されることに対する強い抵抗があり、その配慮が必要である、との意見もあった。
- こうしたことも踏まえつつ、企業ノウハウの保護については、横浜市「サウンディング調査」や福岡市「民間発案」の手法、考え方を参考とすることが望ましい。

# 広く各地方公共団体で実施する際のポイント

# 広く各地方公共団体で実施する際のポイント①

民間提案を広く各地方公共団体で実施する際のポイントについて、「サウンディング調査」「民間発案」を実施している3自治体にヒアリング調査を実施（さいたま市、横浜市、福岡市）

## 専門担当の設置

- 庁内を総括する専門担当を設け、ノウハウを蓄積し、助言を与えることは非常に有効

## 地元への配慮

- 民間提案はノウハウ勝負となるので、大手企業に仕事を持っていかれるという印象が付きまとう。
- ソフト事業では反対は起きないが、施設整備を伴うハード事業での民間提案には関係者から根強い反対が起きる。
- テーマ設定には地元関係者への配慮が必要。地域にとって従来手法では解決できないような事案をテーマにした方がよい。もともと地元企業が取れる事業をテーマとすることには注意が必要。

# 広く各地方公共団体で実施する際のポイント②

## テーマ設定

- 行政でテーマを絞った方がよい。絞らないと民間から提案が出てこない。
- 提案があった以上、庁内できちんと検討したいと考えているので、受ける行政側としてもテーマは絞っておきたい。

## 民間への配慮

- 負担の軽い提案となるよう要求レベルは最小限に抑える。
- 企業の参加が確保できるよう周知など工夫が必要  
例) 地方の自治体が東京に出向いて説明会、対話を実施