

本業務の目的

福岡市は、地場企業のPPP/PFIに関するノウハウ習得と事業参画に向けた競争力強化を図るため、地場企業が市と対等の立場でセミナー開催や意見交換等を継続的に展開する「福岡PPPプラットフォーム」を平成23年に設置している。本業務では、これまで市を中心に展開してきた「福岡PPPプラットフォーム」の取組みについてその熟度を高めることや、九州圏内の各地域に地域プラットフォーム形成の機運が高まることなどを目的として、セミナー等を実施した。

現状整理

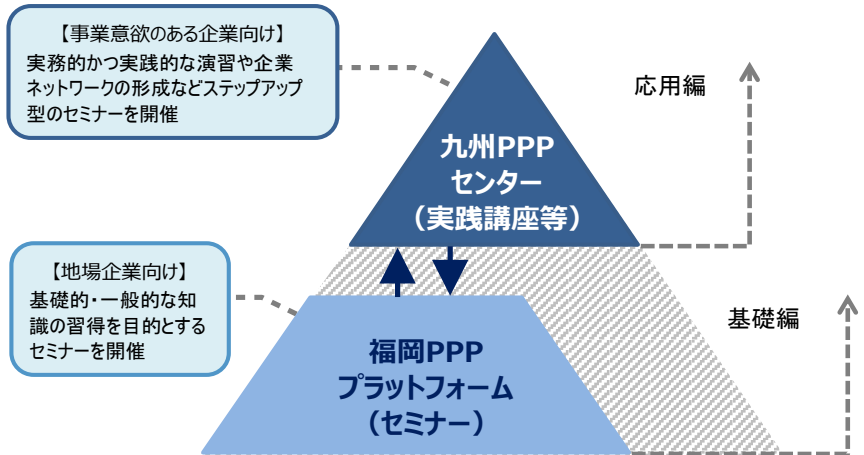
《福岡PPPプラットフォームと事務局を担う九州PPPセンターの役割分担》

【福岡PPPプラットフォーム】

公共建築物の整備・運営に関連する地場企業が一同に会し、PPP/PFIをテーマとしたセミナー等を継続的に実施する「常設の官民の対話の場」。設置から5年が経過し、基礎的な知識・ノウハウの向上の目的は達成されたため、個別事業を対象とした官民の個別対話を中心の活動となっている。

【九州PPPセンター】

福岡PPPプラットフォームの参加者から、より実践的な講座の実施や具体的なコンソーシアム組成に向けた企業ネットワークの形成などの内容を求める声が高まったため、九州・福岡におけるPPP専門拠点として国立大学法人九州大学が100%出資する(株)産学連携機構九州の一部門として設置。現在、福岡PPPプラットフォームの事務局を担っている。



具体の実施内容

PPP入門講座 (平成27年11月30日)

【内容】
 「PPP/PFIの現状・動向および導入について」
 (みずほ総合研究所)

【参加者】
 九州圏内の地方公共団体48団体、民間事業者63団体、180名

PPP実践講座(第1回) (平成27年12月10日)

【内容】
 「PPP/PFI事業と地域企業の関わりについて」
 (みずほ総合研究所)

【参加者】
 民間事業者47団体、九州圏内の地方公共団体30団体、106名

PPP実践講座(第2回) (平成28年1月18日)

【内容】
 「PFIの流れと公表資料を読み解くポイント」
 (いよぎん地域経済研究センター)

【参加者】
 民間事業者40団体、九州圏内の地方公共団体27団体、83名

PPP実践講座(第3回) (平成28年2月26日)

【内容】
 ・「民間事業者からみた事業参画のポイント」(大成建設)
 ・ワークショップ

【参加者】
 民間事業者31団体、九州圏内の地方公共団体11団体、55名

地域プラットフォーム形成における課題と対応策

- 地域プラットフォームとは、地方公共団体がPPP/PFIを推進するための手段の一つに過ぎず、地方公共団体がPPP/PFIを推進するには、その必要性や重要性を認識していることが前提となる。
- そのうえで、地域プラットフォームを有効に機能させるためには、継続的に案件が供給できる体制や協働できる参加者の有無、地域プラットフォームを形成する明確な目的と高いモチベーションなどが同時に必要となる。
- 今後の地域プラットフォームのあり方の一つとして、本業務で実施したような複数の地方公共団体を跨る広域的な地域プラットフォームの形成も有効と考えられる

ポイント・課題	対応策
① 継続的な案件供給	地域プラットフォームを有効に機能させ続けるためには、地方公共団体から継続的に案件が提供されることが最も重要である。継続的な案件を発掘・形成するための方策として以下のような取組みが有効。 ア 案件発掘の体制整備 イ 金額にとらわれない案件発掘の仕組み ウ 官民協働での案件発掘の仕組み
② 適切な制度設計	【現状分析・課題認識】【目的の明確化】 地方公共団体が置かれている状況を適切に把握し、PPP/PFIを推進する目的、地域プラットフォームを形成する目的を明確化し、活動計画を策定することが必要。 【中心的な役割を担う参加者の存在】 ・地域プラットフォームの形成・運営にあたっては、率先して形成を推進するような中心的な役割を果たす団体の存在が必要。 ・運営が軌道にのった後は、プラットフォームが求められる活動内容も徐々に変わり、より個別案件に触れる機会も増えると想定されるため、案件の発注者たる地方公共団体だけでなく、中立的な立場の外部機関が運営に携わることが有効。 【人材面・採算面の対応】 ・地域プラットフォームの運営が軌道にのった後は、プログラムの多様化が求められるため、その際の運営費用や人材の確保、事務局の実施主体などを事前に検討しておくことが必要。 【庁内体制の整備】 ・地域プラットフォームの運営事務局（PPP/PFIの推進担当部署）や、事業所管局 や財政部局なども加えた庁内横断的な検討組織・体制が必要。
③ 魅力的なプログラム内容	セミナー内容が活動の中心となるが、参加者のニーズに対応できず、参加メリットが感じられなくなるため、参加者の業種や会社規模、知識レベルに応じて、常時プログラム内容を工夫し、参加者が魅力を感じられるような多様なプログラム内容の提供が必要。