

株式会社 博報堂
ブランド創出型スモールコンセッション

【分野】 道路 / 橋梁 / 公園 / 上下水道 / 河川 / 港湾 / **遊休施設** / その他（ ）

【手法】 **コンセッション** / **その他のPFI** / **包括的民間委託** / **その他（SIB）**

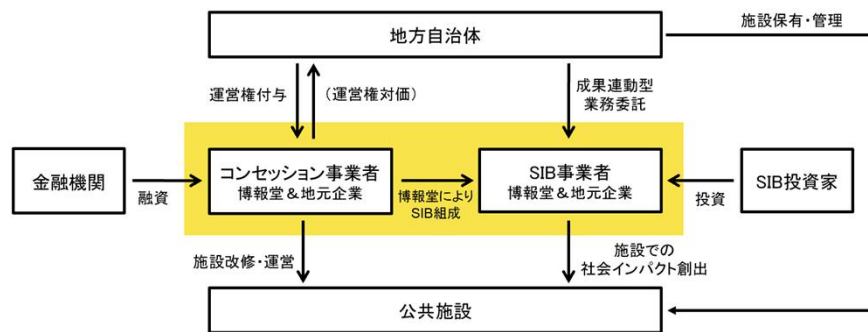
博報堂の「生活者発想」にもとづく、公有地や公共不動産を活用した社会課題解決プロジェクトの実施を通じて、地域ブランドを創出し、広く発信する。プロジェクトの実施にあたっては、ソーシャル・インパクト・ボンド(SIB)を活用し、地域の住民・行政・事業者・金融機関が一体となったまちづくりを行う。

①提案によって解決する地方公共団体が抱える課題イメージ

- 遊休化している公有地や公共不動産が存在する。
- インバウンドなどの観光価値創出や、特産品開発、一次産業改革等、地域の新たなブランド発信の核となるような施設開発をしたいが、従来型の公共事業では行政がイメージするサービスを実現できないことに加え、過大な財政負担がサービス実現の制約となっている。

②提案の概要

- 公有地等を活用し、まちづくりプロジェクトを実施。地元企業と当社が連携し、施設整備等のハード面に加えて、ブランディングやデジタルサービスなど、**ソフト面の価値を創出**。
- ソフト面の価値創出において、「**市民の主体的な行動喚起**」など**新しいKPIを設定し、それを継続的に計測することで市民との共創による地域の価値向上を図る**。新しいKPIの計測にあたっては、**当社が開発したまちづくりサービスアプリ「goodpass」を活用**する。プロジェクトの**成果を積極的に発信し、地域のブランド形成を行う**。
- **資金調達では、積極的にSIBを活用**する。成果連動型業務委託を採り入れ、効果的なプロジェクトに絞った支援を実施。民間資金の活用により、資金的余裕の少ない社会的企業やNPOを含む地元企業等に広く活躍の場を提供する。**博報堂がロジックモデル構築、KPI設計、計測、及びプロジェクト支援等を主体的に担い、SIBを組成**。
- 開発規模は数億円～数十億円程度、事業期間は5～10年間を想定。対象としては、観光拠点、道の駅、公営住宅、古民家、文化財建築物、廃校、オフィス、公園等を想定。



自社開発アプリ good pass



博報堂 公有地運営実績



広島城三の丸整備等 Park PFI



大阪万博記念公園 指定管理

地域関連ブランド創出実績



③課題解決のイメージ・効果

- 博報堂が持つブランディングやマーケティングの知見を活用し、住民や来街者から愛され続ける施設を造る等、ソフト面の充実や地域コミュニティとの連携を意識したまちづくりを行うことで、一過性ではない継続的な社会課題解決を行う。
- 定量化が難しいソフト面の価値を、「goodpass」により可視化し、公表。（具体的なKPIは地域課題、対象プロジェクトによって異なる）

その他

- 本提案は、博報堂「ミライの事業室」が担当。同室は、生活者発想とクリエイティブで新しい社会と産業を創造する新規事業開発組織。
 （ミライの事業室URL <https://mirai-biz.jp/>）