

## しみずらぼの概要について

### 1. しみずらぼとは

しみずらぼは、町内外を問わず、やりたいことがある個人又は団体が清水町に提案し、町と協働してプロジェクトや事業を実施する仕組みである。

しみずらぼでは、提案者が主体となって事業や実証、研究、地域活動等を行い、清水町は必要に応じて、共催、公共施設の貸出し、広報、関係者とのネットワークづくり、住民との接点づくり、各種行政手続等の面から支援を行う。

基本的に、しみずらぼ自体で提案に対して金銭的支援を行うものではない。一方で、行政が持つ公共的な資源や信用、地域との接点を活かすことで、民間だけでは実現しにくい取組を実現しやすくすることを目指している。

地域住民にとっては、自分の手で地域を良くする活動に参加し、実現できる仕組みであり、町外の企業、団体、大学、研究機関等にとっては、新しいサービスや仕組みを社会実装する前のモデル事業や実証、ニーズ検証、研究等を行うことができる場でもある。

---

### 2. しみずらぼの意義

しみずらぼの基本的な考え方は、**公共を行政だけでつukらない**という点にある。

社会を良くする役割は、行政だけが担うものではない。住民もまた、自分たちの暮らす地域を良くしようと行動することができる。企業や団体も、市場や事業活動を通じて、社会の役に立つ価値を生み出している。しみずらぼは、そうした多様な主体が地域の中で活躍し、清水町と一緒に新しい取組を実現するための仕組みである。

歴史的に見ても、行政が公共のすべてを担うという形は、決して長い歴史を持つものではない。北海道の開拓においても、人々は自ら地域を切り拓いてきた。また、世界各地でも、地域の自治や相互扶助によって社会を支えてきた歴史がある。しみずらぼは、そうした「自分たちの地域を自分たちでもつくる」という発想を、現代の清水町の形に合わせて再構成するものである。

現在、地域課題はますます複雑になっており、行政だけで全てを解決することは難しくなっている。少子高齢化や人口減少により、予算や人手の制約は大きくなっている。また、IT、デザイン、ビジネス、研究開発など、急速に変化する分野では、行政単独では十分に知識や実践を更新しきれない場面も多い。

だからこそ、地域を良くしたいと思う人が、立場を問わず参加し、自分のアイデアや技術、熱意を地域の中で実現できる仕組みが必要である。しみずらぼは、官ができることと民ができることを持ち寄り、それぞれの強みを活かしながら、官民が一緒になって新しい公共をつくることを目指すものである。

行政は行政として責任を持つ。しかし、行政だけではできないことがある。住民や企業、団

体にも地域を良くしたい思いがある。しみずらぼは、そうした多様な主体が同じ方向を向き、清水町をより良くしていくための協働の仕組みである。

---

### 3. しみずらぼの仕組み

しみずらぼでは、毎月1回の審査会を開催し、清水町と一緒に何かを実施したい提案を受け付ける。

提案内容にテーマの制限は設けない。地域活動、実証実験、研究、事業化の試行、公共的なイベントやサービスなど、幅広い提案を受け付けることを想定している。一方で、単なる思いつきではなく、提案者自身が主体となって清水町で実施することを前提とする。

---

### 4. 応募可能な内容

応募可能な提案は、次のとおりである。

- 個人又は団体を問わず、提案者が主体的になって清水町で実施する事業、プロジェクト等であること
- テーマには特段の制限を設けないこと
- 清水町、北海道、日本その他社会にとって利益があると認められる内容であること
- 提案者自らが清水町に来て、実際にプロジェクトを運営すること

しみずらぼは、単にアイデアを募集する仕組みではなく、実際に地域の中で動き、形にすることを重視している。

---

### 5. 応募者が清水町に要望できること

応募者は、提案内容に応じて、清水町に対し次のような支援を要望することができる。

- 行政の資源の利用  
(例：公共施設、広報媒体、行政が有する関係者ネットワーク等)
- 住民との接点や協力依頼  
(内容に応じ、住民との接点づくりや周知を行う。ただし、住民の同意が得られないものについて、接触や協力を強制することはできない。)
- 特区申請等、行政が主体となる法的手続等

なお、しみずらぼでは、原則として金銭支出は行わない。

金銭的支援を前提とする提案については、別に設ける制度との整理が必要となる。

---

### 6. 審査の観点

提案は、主として次の観点から審査する。

#### (1) プロジェクトの町や社会へのメリット

理論上のメリットの大きさだけでなく、実際に住民ニーズに即しているか、社会課題の解決に資するか、現実的に役立つ形で実装される可能性があるかを重視する。単に多くの人数に

薄く効果があるかどうかではなく、特定の課題を深く解決する提案も評価対象とする。

### (2) 実現可能性

清水町の現状を踏まえ、協力者や実施体制を確保できるか、既存の政策や住民の慣習、地域の実情と整合するかを確認する。他地域で成功した例であっても、そのまま清水町に適合するとは限らないため、清水町にフィットするかどうかを重視する。

なお、失敗のリスクそのものを過度に減点するものではない。しみずらぼは、チャレンジを応援する仕組みである。

### (3) 実施主体

提案を実行するために必要なスキル、経験、熱意を持つメンバーがそろっているか、また、組織又はチームとして継続的に業務を遂行できる体制があるかを確認する。

### (4) 新規性、応用性

しみずらぼでは、新しいチャレンジを積極的に評価する。ここでいう新規性は、サービス内容そのものが完全に新しいことだけを意味しない。既存の取組であっても、新しい使い方であること、小規模自治体である清水町における初めての実装であることなど、さまざまな観点から評価する。

また、清水町でプロジェクトを磨き込むことで、他自治体や他地域にも応用できる可能性が高いことも評価対象とする。

---

## 7. 禁止事項

次のいずれかに該当する提案は、採用しない。

- 違法行為、犯罪又はそれに類する行為
- 宗教、思想、政治活動の布教又は普及に関する行為  
ただし、クリスマスイベント等のように、宗教儀式や布教を目的としないものはこの限りでなく、実態に応じて町が判断する。
- マルチ商法、ネットワークビジネス又はそれらに類するもの
- 住民への販売行為を主目的とするもの
- 安全性に問題があるもの
- 資格又は許可が必要であるにもかかわらず、無資格又は無許可で行うもの
- 清水町の社会的評価を低下させるおそれがあるもの
- その他、公序良俗に反し、又は住民に不利益を与える可能性がある町が判断するもの

---

## 8. 審査方法

審査は、毎月1回実施する。

応募者には、書類提出に加え、必要に応じてプレゼンテーションを求める。プレゼンテーションはオンラインでの実施も可能とする。

審査委員は、役場職員のほか、町内の関係団体及び外部有識者等で構成することを想定している。審査委員会の意見を踏まえ、町長が最終的な決定を行う。  
審査結果は、最短で1か月程度で通知することを想定している。

---

## 9. 審査通過後の流れ

審査を通過した提案については、速やかに町とのキックオフミーティングを実施する。キックオフミーティングでは、プロジェクトの目的や目標を確認し、提案者と町の役割分担、進め方、必要な支援内容等を整理する。その後、提案者主導でプロジェクトを開始する。しみずらぼは、採択して終わる制度ではなく、提案者と町が実際に一緒に動きながら、地域の中で取組を形にしていくことを重視している。

---

## 10. しみずらぼが目指すもの

しみずらぼが目指すのは、行政だけに頼るのでも、民間だけに任せるのでもない、**官民が一緒につくる新しい公共**である。

地域の中には、行政では持ちにくいスピード感や専門性、柔軟な発想がある。民間だけでは届きにくい公共性や地域との接点、制度的な後押しを行政は持っている。しみずらぼは、その両方を組み合わせることで、清水町から新しい取組を生み出し、地域課題の解決や新しい価値の創出につなげることを目指す。

また、清水町を、住民にとっては「自分の手で地域を良くできる町」とし、町外の企業・団体・研究者等にとっては「社会実装や実証、研究に挑戦できる町」として育てていくことも、しみずらぼの大きな目的である。

## 1000万円チャレンジ（仮称）の概要について

### 1. 1000万円チャレンジ（仮称）とは

1000万円チャレンジ（仮称）は、清水町が抱える行政課題の解決や、町の未来を創る画期的なサービス・製品に対し、清水町が\*\*最初の顧客（ファーストユーザー）\*\*となって、直接発注又は購入を行うことを想定した、社会実装特化型の取組である。

本枠では、ジャンルを問わず、清水町に対して購入額以上の価値をもたらすと認められるサービス、製品、仕組み等について、**上限1,000万円**の範囲で導入を検討する。

これは単なる支援制度ではなく、清水町が「良いものには正当に対価を支払う」という姿勢を示し、行政課題の解決、住民サービスの向上、地域のPR、新しい公共調達のあり方の提示を同時に目指すものである。

また、町が「何でも1,000万円を買う」と広く発信することで、全国の企業やスタートアップ、研究者等に対して、清水町が本気で新しいパートナーを求めていることを示し、話題性や情報発信効果を生み出すことも狙いの一つである。

---

### 2. 本施策の考え方

1000万円チャレンジ（仮称）の基本的な考え方は、行政が従来型の発注や補助金の枠にとどまらず、**社会に新しく実装される価値を積極的に買う**という点にある。

地域課題の解決や行政サービスの高度化に必要なのは、必ずしも既に普及している仕組みだけではない。むしろ、前例がないために導入されてこなかった優れた技術やサービスの中に、行政にとって大きな便益をもたらすものがある。

清水町は、本施策を通じて、そうした新しい解決策に対し、行政自らが最初の顧客として向き合い、実際に導入し、成果を検証し、必要に応じて全国へ広がるモデルケースとなることを目指す。

この意味で、1000万円チャレンジ（仮称）は、単なる予算事業ではなく、清水町を**社会実装と公共イノベーションの舞台**にするための戦略的な取組である。

---

### 3. 従来の補助金との違い

1000万円チャレンジ（仮称）は、一般的な補助金制度とは考え方が異なる。

補助金は、企業や団体の活動を「支援」する仕組みであり、その主たる目的は、事業継続や育成、試行的な取組の後押しにあることが多い。これに対し、1000万円チャレンジ（仮称）は、企業や団体が提供する価値を、**町に対する具体的な便益として購入**することを前提としている。

つまり、本施策で支払われる金額は「あげるお金」ではなく、**清水町を良くするための正当な対価**として位置づけられる。

このため、採択に当たっては、単に挑戦的であるだけでは足りず、町にとって購入に値するだけの明確な価値が示される必要がある。

---

#### 4. 従来の入札・物品購入との違い

1000万円チャレンジ（仮称）は、一般的な入札や物品購入とも異なる性格を持つ。

一般的な入札は、行政が必要とする仕様をあらかじめ定め、その条件に合致する既存の製品やサービスを、主として価格競争を通じて調達する仕組みである。これに対し、本施策は、行政がまだ活用していない革新的な技術や仕組みについて、その**実際の価値や効果**を重視して導入を検討する。

つまり、既に一般化したものを仕様書どおりに「安く買う」のではなく、**前例はないが効果が高いものを柔軟に採用すること**に特徴がある。

本施策は、公共調達の常識を更新し、行政が新しい価値を適切に見極めて導入するための実践でもある。

---

#### 5. 上限1,000万円という規模の意図

本施策で上限を1,000万円としているのは、単なる金額設定ではなく、清水町の本気度を外部に示すための戦略的な意味を持つ。

全国のスタートアップや先進的な企業が、地理的条件を越えてでも清水町で実績を作りたいと判断するためには、一定以上の魅力ある案件規模が必要となる。上限1,000万円という規模感は、「清水町は本気で外部の優れたサービスを導入しようとしている」というメッセージそのものであり、挑戦者を引き寄せる強いインセンティブとなる。

また、この規模感は、清水町が「単なる実験の場」ではなく、成果が出れば実際に購入する顧客であることを示すシグナルにもなる。

なお、実際の運用に当たっては、案件内容や予算状況に応じて、必ずしも毎回上限額まで支出することを前提とするものではない。金額を抑えて運用する場合は、その規模に応じて対象者層やPRのあり方を調整する必要がある。

---

#### 6. 挑戦者へのメッセージ

1000万円チャレンジ（仮称）が持つ大きな特徴の一つは、\*\*「良いものは即採用する」\*\*というスピード感と姿勢にある。

これは、他自治体にはない大きな魅力となりうる。企業や団体にとっては、単に提案を受けられる場があるだけでなく、価値が認められれば迅速に採択され、実際に導入される可能性があることが重要である。

清水町は、本施策を通じて、「本気でビジネスパートナーを探している町」であることを外部に示す。これは、遠隔地であることによる不利を補って余りある魅力となりうる。

---

## 7. 採択の基本条件

1000万円チャレンジ（仮称）においては、次のような条件を重視して採択を判断することを想定している。

### (1) 投資対効果の明確化

1,000万円の支出に対し、それを上回る行政コストの削減、住民の利便性向上、あるいはその他の公共的効果が、客観的かつ具体的に示されていること。

本施策は「面白い取組」への支援ではなく、清水町に具体的な価値をもたらす提案を対象とするため、費用に見合う便益が明確であることが重要となる。

### (2) 清水町をショーケースにする意欲

清水町での導入実績を、単なる一案件で終わらせず、全国に展開可能なモデルケースとして位置づける意欲があること。

清水町での成功事例が全国に広がれば、提案者にとってもブランド価値や信用の向上につながり、同時に清水町の知名度や先進性の発信にもつながる。そのため、本施策では、清水町を「ショーケース」として位置づける意思を重視する。

---

## 8. 本施策の意義

1000万円チャレンジ（仮称）には、主として次のような意義がある。

### (1) 遠くても行く価値がある理由をつくる

清水町は大都市圏に近接しているわけではないが、町が顧客として対価を支払う姿勢を明確に示すことで、企業にとっての投資対効果を高めることができる。これにより、「遠くても行く価値がある町」として認識される可能性が高まる。

### (2) 勝負の土俵を変える

通常、地方自治体は地理的利便性や市場規模で競争上不利になりやすい。一方で、本施策は「近い町」ではなく、「本気で社会実装してくれる町」として競争することを可能にする。これにより、他自治体が十分に取り込めていない高水準の提案者層に対して、独自の訴求ができる。

### (3) PR効果を持つ

「何でも1,000万円を買う」という尖った発信は、それ自体が高い話題性を持つ。全国ニュースや業界メディア等に取り上げられることで、通常の広告より高い費用対効果を持つ広報効果が生まれる可能性がある。さらに、審査過程やプレゼンテーション等を動画や記事として発信できれば、継続的なPRにもつながる。

---

## 9. 本施策がもたらす3つの価値

1000万円チャレンジ（仮称）は、主として次の3つの価値を清水町にもたらすことを目指す。

### (1) 圧倒的なPR力

「何でも 1,000 万円を買う」という強いメッセージにより、広告費をかけずに全国のビジネス層や関係者へ認知を広げることが期待できる。

### (2) 行政サービスの高度化

既存の入札制度では導入しにくい、まだ世に十分出回っていない解決策を取り入れることで、行政コストの削減や住民サービスの向上を図ることができる。

### (3) レファレンス・タウン化

清水町での成功事例を「全国初」「先進事例」として発信することで、提案者側のブランド価値向上にも資する。その結果、清水町自体が「新しいことが起きやすい町」「イノベーションが実装される町」として認知されることを目指す。

---

## 10. 審査とリスク管理

1000 万円チャレンジ（仮称）は、高い自由度を持つ一方で、粗悪なサービスや実効性の低い提案を採択するリスクへの備えが必要である。そのため、審査においては次のような考え方を重視する。

### (1) 成果連動・提供価値の明文化

提案者には、導入によって支払額以上の経済効果、又は住民メリットを具体的に示すことを求める。抽象的な将来性だけでなく、導入後にどのような成果が見込まれるかをできる限り明確にする。

### (2) 専門家による目利き

町職員や住民だけでなく、ビジネス、技術、投資、コンサルティング等の分野で実務経験を持つ外部専門家を審査に加えることで、提案の実現性、市場性、公共性を多面的に評価する。このように、1000 万円チャレンジ（仮称）は大胆な制度である一方で、審査においては厳格な目利き機能を持たせることを前提としている。

---

## 11. 1000 万円チャレンジ（仮称）が目指すもの

1000 万円チャレンジ（仮称）が目指すのは、単なる大型予算枠ではない。

それは、清水町が「前例があるものを買う町」ではなく、**価値があると判断したものを、自ら最初に買いに行く町**になることである。

この姿勢は、行政サービスの改善だけでなく、町のブランド形成、企業との新たな関係づくり、しみずらば全体の発信力強化にもつながる。

清水町が本施策を通じて示そうとしているのは、地域の小ささや地理的条件を言い訳にせず、むしろその機動力を活かして新しい取組を実装していく町の姿である。1000 万円チャレンジ（仮称）は、その象徴となる施策として位置づけられる。