

入札監理小委員会  
第49回 議事録

内閣府 官民競争入札等監理委員会事務局

第49回入札監理小委員会  
議 事 次 第

日 時:平成20年8月5日(火) 18:00～19:25  
場 所:永田町合同庁舎1階 第1共用会議室

1. 開 会

2. 議 事

① 実施要項(案)の審議

- 海外旅行博覧会出展事業((独)国際観光振興機構)
- (独)都市再生機構の賃貸住宅入居者募集業務((独)都市再掲機構)

② その他

3. 閉 会

<出席者>

(委 員)

小林副主査、逢見副主査、前原委員、内山専門委員

((独)国際観光振興機構)

総務部 加藤部長

海外プロモーション部 鶴岡部長、瀧澤次長、田中次長、伊与田マネージャー

(国土交通省)

総合政策局国際観光課 山澤企画係長

((独)都市再生機構)

住宅経営部 根岸部長

住宅経営部入居促進チーム 吉田チームリーダー、倉上チーム員

(事務局)

佐久間事務局長、関参事官、森山参事官、徳山企画官

(独立行政法人国際観光振興機構入室)

○**小林副主査** それでは、ただいまから「第49回入札監理小委員会」を開催いたします。

今、何かブレーカーが落ちたということで冷房が効かなそうですので、どうぞ上着をお取りください。

本日は、国際観光振興機構の「海外旅行博覧会出展事業」と都市再生機構の「賃貸住宅入居者募集業務」の2件の実施要項（案）について審議を行います。

初めに、「海外旅行博覧会出展事業」の実施要項の審議を行います。

本日は、国際観光振興機構総務部、加藤部長に御出席いただいておりますので、業務の概要や実施要項（案）の内容等について御説明いただきたいと思います。説明は、20分程度でお願いいたします。

○**加藤部長** 先般は通訳の案内の関係でいろいろとお世話になりました加藤でございますが、今回は、ちょっと直接の担当をしております海外プロモーション部の瀧澤の方から詳しく概要を説明させていただきまして、その上でまた私の方から適宜、あるいは鶴岡部長の方から対応させていただきたいと思いますので、よろしく願い申し上げます。

では、概要等について、瀧澤さんお願いします。

○**瀧澤次長** 海外プロモーション部、瀧澤と申します。

まず、事業の概要につきまして御説明し、それから実施要項を御説明させていただきたいと思います。

まず、海外旅行博覧会ということで、今回審議いただきます旅行博覧会は、略称がFITUR、名前はFeria Internacional de Turismoという名称で、スペインの大規模な旅行見本市で、略称でFITURと呼んでおります。

概要につきましては、一応今年度、来年1月に開催されます要項を中心にお話しさせていただければと考えております。

主催は、Instituto de Feria de Madridということで、IFEMAという略称で呼ばれております。

会期は、毎年、年初めの1月の最後の週の水、木、金、土、日の5日間で、来年につきましては1月28日から2月1日までということで5日間に決定しています。最初の3日間が旅行業界の関係者及び報道関係者が対象ということで、限定された方々をお呼びいたしまして商談を中心に行っていただく。そして、土曜日、日曜日につきましては、勿論、業界の方もお越しいただけるのですけれども、一般消費者の旅行層の方々に、出展された方々から情報提供を行っていただくことになっております。

会場につきましては、Feria de Madridというマドリードの市内にあります国際展示場です。この展示会の特徴といたしましては、もう既に来年で29回目を数えるわけですが、スペイン最大、また欧州でも最大級の旅行見本市で、参加される旅行業界の方々は、当然スペイン、それから、欧州、中南米の旅行業界のキーパーソンの方々、更に、報道関係者また、業界・報道関係者ばかりではなく、一般の来場者も御参加いただくということで、入場者のベースからいきますと、旅行業界の方々では、欧州では非常に有名なITBベルリンという、ドイツで3月中旬に行われます大型の旅行見本市に匹敵する見本市ということです。

この時期にそうした欧州での旅行の見本市が開催されます場合は、4月からの旅行シーズンに

先立ちまして、こうした旅行業界の方々が、新商品を旅行業界の皆様あるいは一般の方々に御紹介する非常に格好の時期であるということで、なおかつ、ヨーロッパにおきましては、こうした旅行見本市が商談の場になり得るということで、一石二鳥というのですか、かなり有効な商談の場ということで活用されていることから非常に人気を博しております。

実態ですけれども、2008年、今年1月に開催されました見本市につきましては、この展示会場は幾つかスペースがあるのですが、8万7,000平方メートルのスペース規模で、JATAという日本の旅行業協会の旅行見本市が毎年9月に開催されますけれども、そのほぼ3倍強というかなり大型のものでございます。

出展企業数、旅行者の数は約1,300社、入場者につきましては、業界関係者が15万6,000人、一般消費者が10万人程度ということで、合計25万6,000人が参加いたします。

こうした旅行見本市を機会に、スペイン、欧州から、あるいは中南米からのお客さんを訪日誘致しようという日本の旅行業界の方々が、「日本」ということで統一して御参加して頂くことで日本ブースの出展を試みております。この日本ブースの設営につきましては、我々、JNTOが中心になり、更に、コーディネーター的な役割を果たしますけれども、受益者負担的に、要するに受益者、旅行業界の関係者のニーズを見きわめて、それぞれの年に出展規模等を把握して、JNTOが経費の半額を負担し、あと半分は受益者負担として共同参加者に出資していただくという手法を取っております。ちなみに平成20年度ですけれども、一応、現時点では規模が60平米、出展者につきましては、地方自治体、旅行業関係者を含めて6者以上の参加を目指してJNTOが確保するように計画しております。

資料をご覧いただければ、2008年、今年の9社、JNTOを含めまして10社の参加と比較しますとちょっと減っているということにお気づきかと思いますが、こればかりは、やはりスペイン市場におけるそれぞれ出展される旅行業界の関係者の経営判断に委ねるという現実があります。我々が是非と申しましても、それぞれの企業の意向がありますので、それに相応した対応を取っている次第でございます。ちなみに、JALパックとJTBが、欧州において業務提携を行うというようなことも決まっておりますので、そうした関係から、今まで3者で（JAL、JALPAK、JTB）出展していたものが1つにまとまるような形式になる可能性もありまして、なかなか規模を維持していくのが現実的に難しい点も出てまいります。

一応、これが事業の概要で、次に、実施要項につきまして御説明したいと存じます。

まず、目的につきましては、旅行博覧会事業の実施に当たっては、この大きな、ヨーロッパ最大級の旅行博であるFITURに出展して、海外旅行目的地としての日本の認知度を欧州、スペイン、そして中南米の皆さんに認知していただく。それから、訪日旅行商品を造成された日本の旅行業界を含めた旅行業界の方々が販売促進を行うということで、ひいては訪日旅行者数の増加に資する、貢献するという目標を持って、この見本市に民間旅行業界と連携してJNTOは参画しております。

2番目の事業の概要につきましては、丁度、私が御報告いたしましたので割愛させていただきます。次に業務の内容でございますが、後の方でフローが出ておりますが、従来の実施ということで、21ページの方でございますが、大きく分けまして、この出展に係る共同出展者の参加者の募集、その方々の参加に当たりましての連絡調整業務、それからこの旅行博での日本ブース設営、日本をいかに売り込むかということの日本ブースの出展申し込み及びその手続、それからブースの運営計画、いかに呼び込んだお客様である旅行業界の方、あるいは一般の方々に訪日旅行の促

進に資する情報提供ができるかということ。それから、会期中のブース運営、設営等を含めて対応してまいりたいと考えております。

事業の期間といたしましては、平成21年5月1日から平成22年2月28日までということではほぼ1年間、現在のところ、まだ平成21年度、つまり、平成22年1月の本旅行博の詳細は正確には決まっておりませんが、1月の最後の週の水、木、金、土、日ということで予定されております。

ブースの運営計画の策定につきましては、来年度5月から10月までということで進めてまいります。

それから、共同出展者の参加募集につきましては、3ページになりますけれども、平成21年5月から9月の間に行うことにしているのですが、この期間では到底参加者がすぐ見つかるということも難しいものですから、平成21年度の事業につきましては、機構が提示する共同出展者候補の中から、20年度の予定と同数になるのですけれども、6者の共同出展者の参加、それから60平米の出展規模を想定しています。6者については機構が確保し、機構を含めて計7者が参加する形で取りまとめようと考えております。取りまとめに当たりましては、新たに民間事業者が出展の可能性のある企業にコンタクトされて、募集、勧誘することもできます。

なお、予算的な面からいきますと、その出展の規模は、最大出展者数9者ということで、それがマキシマムと考えております。

出展の申し込みにつきましては、平成21年6月から12月までの間に開催規模を決定してまいります。

続きまして、4ページ、5ページ、6ページのブースの設置、及び共同出展者との連絡調整ということです。今回、この要項の作成に当たりまして、事務局の内閣府さんと検討するに当たりまして問題点となっておりますところが、いかに民間事業者がこの出展事業への入札に参画していただけるかということでした。7ページの(3)にございます入札対象事業の実施に当たり確保されるべき「サービスの質」ということで、この辺につきましては3点ほど準備させていただきました。民間事業者は、①平成21年6月までに策定されます入札対象事業の工程、作業方針あるいはスケジュールに沿って、確実にこの事業を行う。

②共同出展者へのアンケート調査の項目2～3それぞれについて、共同出展者の80%以上から「普通」以上の評価を得ること。つまり、いかに質を見るかは、我々のパートナーとなっただいております共同出展者のこの事業に対する御意見をアンケートを通して判断し、日本ブースの質を計っていくということで考慮いたしました。

③日本ブースの設置位置は、これはやはり認知度向上をメインに置きまして、アジア・太平洋ゾーンの主要な入退場口に近く、主要通路に面した来場者の往来が多い、なおかつ3面以上が通路に面したブーススペースで、これも実際に平成19年度に機構が借りたスペースを参考として、28ページに赤い枠で書かせていただいております。この範囲内の設置が、日本の認知度向上のためのPR活動に資する位置ということでサービスの質の一つに加えさせていただいております。

続きまして、(4)の契約形態及び支払いにつきましては、民間事業者の創意工夫を提案していただくことを前提に、この事業を実施するに当たってのインセンティブをつけさせていただきました。

③の委託費等のうちの口で、当初想定していたこの請負事業の規模を上回る規模で請負事業を実施した場合、下記により算出したインセンティブをお支払いする。

民間事業者は、機構が確保いたします共同出展者6者以外の出展候補者に参加呼びかけを行いまして、参加を決めていただいた場合は、1者当たりの参加費分担金が3,300ユーロ、50万円相当となっておりますので、その参加分担金より必要経費（ブースの設置料）を全共同出展者数（機構を含む）で割った額を除いた額を成功報酬額として支給させていただく。

それから、先ほどの（3）で申し上げましたサービスの質を整えた上で、毎年人気のブースというのを各ゾーン、我々がおります日本の場合はアジア・パシフィックゾーンですけれども、そのゾーンごとにほぼ1カ国「ベストスタンド賞」というものが設けられております。これは、やはり民間事業者の創意工夫によって、いかにアテンションをつけられるようなブース設営を行ったか、あるいはブース活動を行えたかということが評価の対象になりますので、その評価を受賞した場合には、予算価格と落札した請負額との差額の10%を成功報酬額として支給させていただく。

それから、これは報酬というか、むしろ広報活動になるのですけれども、民間事業者がこの博覧会での日本ブースの事前PRを行いまして、報道成果としてスペイン国内等の有力な報道媒体に紹介された場合、その実績に対する評価として、機構のホームページあるいは機構が定期的に出しております広報資料で受け入れ事業実施の報告を行った際に、民間事業者を御紹介させていただくということを念頭に考えております。

それから、最後に、9ページの6番に当たりますが、落札を決定するための評価の基準その他落札の決定に関する事項につきましては、評価方法として、必須項目の審査及び民間事業者の創意工夫に基づく効果的なものがあればということで加点項目審査、更に、入札価格点という3段階に分けまして、どちらかという創意工夫の面を重視いたしました加点項目方式をとらせて頂きます。

①の技術点につきましては、必須項目ということで、民間事業者がこの請負事業を実施するに当たっての経理的な基盤、実施体制は整えているか、事業計画を正確に立案しているか、そして、加点項目の審査につきましては、実績、事業実施が、海外ということでもありますので、海外における見本市、博覧会へのブース出展の経験というものが非常に問われますので、その経験を生かせるような状況にあるか、あるいはコーディネーター的な役を担っていただきますので、その辺も含めて、実績の質、量に応じた得点をつけさせていただきます。

また、実施体制につきましては、日本ブースでアトラクション的なこと、あるいは共同出展者による商談、非常に綿密な商談も行われますので、その人集めのために臨機応変な体制を適宜取って、効果的な商談及び広報活動ができるかという面も踏まえまして加点をするような方式を取っております。

3番目が、創意工夫ということで、先ほど申しましたけれども、日本ブースでいかにアトラクティブなブースを運営できるかということで、出展者のスペース、アトラクションスペースでの配置をイメージする図が作成されているか。我々もこれまで数多く、スペインばかりではなく、欧州地域でもこのような出展を自主運営方実施しておりますので、そうした展示会をもとに判断して、より効果的なブースを作成していただくように、その辺を見させていただければと思っております。

次の、ブースデザインにつきましても同じことです。

以上のような形で総合点を評価し、及び入札価格点を加味して評価させていただければと考えております。

簡単ですけれども、以上で御説明にかえさせていただきます。

○**小林副主査** ありがとうございます。

ただいまの御説明につきまして、御質問、御意見のある委員は、お願いいたします。

○**逢見副主査** よろしいですか。共同出展者の参加募集というところについて、この民間事業者が共同出展候補に対して募集要項を配布して、その希望を募る。そこから、最初、機構が6者を選定して、その後、追加的にマックス3者ですか、計9者までは、これは民間事業者が選定するということですが、共同出展希望というのはかなりあって、6者選ぶというのが、かなり競争が激しい中で選ぶという感じなのですか。

○**瀧澤次長** いえ、むしろ、先ほど事業概要でもご説明しましたとおり、平成20年度の日本ブースの出展につきましては、日本の旅行業界の方々の経営基盤的な判断もございまして、どちらかというところ縮小のような傾向になる可能性もありまして、少なくとも、機構が募集する6者につきましては、最低水準として確保するというので6者を募ります。機構が提示する候補者リストは6者以上、これまでヨーロッパで出展事業に参加されている旅行業界・地方自治体の方々がいらっしゃると思いますので、10者以上に働きかけまして、そのうち6者を確定する。プラスアルファで民間事業者がほかの企業に働きかけて参加を取りつけた場合には、先ほどのインセンティブをつけるという形式を考えております。

○**逢見副主査** そうすると、6者を選定するのはかなり、それだけでも目いっぱいという感じで、更に追加的に民間事業者が取ってくるのは、相当努力が要するということですか。

○**瀧澤次長** はい、そう考えております。やはり旅行業界ということがメインで、旅行見本市ですので、ターゲットとして、ほかの業界の方々がなかなか入りにくいものと考えます。更に、経費も50万円ということもございまして、その辺を考慮いたしまして、我々も、なるべく多く参加を呼び掛ける予定にはしているのですけれども、やはり旅行業界の出展に関するニーズもありますので、その辺を踏まえつつ、毎年ブースの規模を検討している次第です。現状では2009年、来年1月の本旅行博への出展参加を今一生懸命集めている段階なのではございますけれども、6者がなかなか集まらず、マキシмумかということなものです。今、2年先のことはなかなか読めませんし、情勢も変化していくことがありますので、その辺を踏まえて、6者はJNTOがミニмум選定・確保して、あとは民間事業者にも努力していただくということで考えております。

○**逢見副主査** 3ページで、6者以外のところについては、機構の承諾を得て、募集要項を配布して勧誘することができると思いますが、機構の承諾というのは、どういったことを想定しているのでしょうか。

○**瀧澤次長** 承諾と申しまして、それを厳密に制限するというわけではなくて、一応、我々もお話をしておりますので、ダブって同じところに参加を働きかけるということは避けるというか、その辺がないような形で、当然アプローチする場合は機構も協力いたしますけれども、なるべく多く集めることで重複のないようなことを考えております。

○**逢見副主査** ダブりの調整という意味ですか。

○**瀧澤次長** はい。

○**逢見副主査** それ以上のものはない、それだけということですか。

○**瀧澤次長** はい。

○**逢見副主査** わかりました。

○**小林副主査** ほかにいかがですか。

**○内山専門委員** サービスの質ということについてですが、このサービスの質については、先ほど御説明いただきましたように3つポイントがあるということで、そのうち、2点目になると思うんですが、要は、アンケート調査の対象が、共同出展者、今お話がありました、基本的には6者、共同出展者へのアンケートとなるわけですね。これが6つという対象の数がどれだけ有意義かという問題と、あとは、どれだけ客観性が担保できるかという問題があると思います。その点で、何かもうちょっとほかの指標を設定することはできないのか。例えばの話、普通に考えれば、来訪者へアンケートを取って、満足度なり、アピール度なりを聴くというのが、よくあるというか、オーソドックスなパターンだと思うのですが、こういった手法を取ることはできないのでしょうか。

**○瀧澤次長** その辺も事務局との打ち合わせのときには考えさせていただきまして、ブースへの来訪者数についてのカウントということも念頭に置いていたのですが、把握する場合には、正確さという面で疑いがあるといえますか、数を出しますと、それに合わせて、言葉は悪いのですが、調整して出せるというようなことになりかねない。商談のみをやっている場合であればよろしいのですが、アトラクションをやった場合に、数多くの方が集まりまして、その方々のカウントをして、なおかつ、その方々がまた商談に入っていくわけですが、そうした数的な把握が非常に難しいということで、現状では、なかなか数値で出すのは難しいという判断をさせていただいたところです。

**○内山専門委員** 私も先ほど、事務局と打ち合わせたときにその話は伺ったのですが、業界関係者になるのか、あるいは一般消費者になるのかわかりませんが、来た方への満足度のアンケートということはどういうことですか。

**○瀧澤次長** アンケート調査というのは、欧米あたりの展示会ではやってはいるのですが、その数値に基づいて、来日に資するようなアンケート調査の結果が出せるかという点が、例えば、旅行業者の方を専門にということであれば、ある程度の調査のサンプルは出ると思うのですが、先ほど私の方から商談の絶好の機会だということでお話ししましたが、結構、アポイントメントを取っていらっしゃる方が多いものですから、そのアンケートも、ある程度、ギブアウェイではないのですが、何か引き換えになるようなものを提供して、時間を要して実施しなくてはならないということになります。サンプル数自体も質問する対象者によって異なってきたりしますので、この辺も質の面につながるものかどうかということがちょっと把握しきれないところですね。

**○内山専門委員** アンケートが難しいというのはよくわかるんです。ただ、では共同出展者へのアンケートで客観性とか有効性が担保できるかということについては、若干の不安が正直言っているわけですね。あるいは、共同出展者へのアンケートとともに、来訪者へのアンケートを並行するといったことは予算的に難しいのですか。予算ないしは実効性の観点から、そんなに難しいことなのでしょうか。

**○瀧澤次長** 実行についてはそれほど難しいということではないのですが、サンプル数をいかに活用するかということで、その数集めというか、担当の方がアンケートを取っていくわけですが、いいお客様というか、旅行業界の方が一斉に来られた場合に、その対応がすべてにわたってできるか。共同出展者の方にはそういうことはお願いできないものですから、民間事業者、あるいは機構のスタッフが参って、2名か3名程度でやっていくということになりますと、数としては取ることはできるとは思うのですが、内容的に、後々訪日客につながる情報として



明確なものかということが判断し切れないうところでは、

**○内山専門委員** わかるのですけれども、それよりも共同出展者へのアンケートの方が有効だという理由が、済みません、余り説得的ではないのでお伺いしているのですが。

**○瀧澤次長** 共同出展者の場合は、やはり商談がメインですので、来られたお客さんを確実に見ていただいている、その可能性が非常に強いわけで、その内容から、当然、一目瞭然で、今回の旅行博に出席されたお客様は引きがいいというのでしょうか、後々のフォローもしやすい、あるいは効果的な成果が出せるというようなことを一番理解していただく直接的な要素の対象ということで判断させていただきました。

**○内山専門委員** これは、ここにアンケート用紙例がありますが、それは、共同出展者の方にブースへの評価を聞くのではなくて、共同出展者の方が、来訪者の方がどう見ているかを観察した結果をアンケートするということですか。

**○瀧澤次長** 商談を通じて、あるいは来訪者の方々、情報提供した方々の総括的なものを書いていただくという形式ですか。

**○内山専門委員** 現場がどういうことになっているか私もわかりませんので何ですが、共同出展者に聞くというのは、まず、サンプル数が少ないということと、バイアスがかかるのではないかと、客観性の担保という点で、ちょっとどうかと思いました。これを別にやめると申すつもりはありませんが、それと同時に、来訪者へのアンケートというのが不可能なのか。

例えばの話、これも、本当にその現場を見たことがないので、こういうことができるかどうかわかりませんが、PCの端末を2～3台置いておいて、来訪者の人にそれに簡単なアンケートの結果を打ち込んでもらうようなこと、そのぐらひはそんな大した予算もなくできると思うんですよ。そういったことでも難しいし、やっても意味がないということでしょうか。

**○瀧澤次長** その辺は、予算的に民間事業者の方で対応いただけるのであれば可能性はあると思います。

**○内山専門委員** サービスの質にどういったことを盛り込むかということだけ、こればかりに時間を食ってもしようがないので、とにかくこの点についてちょっと考えていただきたいと思った次第です。

**○小林副主査** 今のところに関してですけれども、いろいろサービスの質の設定というのは工夫の余地があるかと思うのですが、例えば、今おっしゃっていただいた、出展者が来訪してくれた人たちの感触がよくわかるといったことで言うと、26ページにお示しいただいているアンケート用紙例、これだとかかなり簡単にといいますか、非常に丸めてしまっている聴き方をしていると思うんですね。例えば(3)のところ、「ブース装飾やブースイベントについての評価(来訪者の評価が高く、集客の貢献度が高いものであったか)」というので、「良かった」というような報告ポイントになっているのではないですか。そうすると、このところの「来訪者の評価が高く」といったところでは、多分、出展している業者は、いろいろな意味で、来訪者の感触がどうであったか、それがこの運営によって今までと違ってどういうふうに効果があったかということについては、ある意味、かなり知見があると思うんですね。そうしたら、それをこういうふうにダイレクトに、そのまま投げってしまうのではなくて、聴き方、つまり来訪者の感触としてどうだったのかというような、もっと細かい質問をつけた方がよろしいのではないですか。つまり、客観的に来訪者の評価が高いと思われる現象について、その出展者がどうであったかということが記入できるようにした方がいいのではないかと思いますけれども、それはいかがですか。

○瀧澤次長 その辺は、内容的には検討させていただきます。

○前原委員 初めてお聞きしたので、素朴な質問をいたします。これまで機構の方でこういうものに参加しておられたわけですね。参加する前と参加した後と、回を重ねるに従って、日本への旅行者がどれくらい増えているのかということはお教えいただけますか。これにかかわって、どのくらい日本に来る人が増えたのか。

○瀧澤次長 この出展によって影響したということではないと思うのですが、スペインにつきましては、2004年の数値が1万8,600人ぐらいの訪日客があったのですが、2007年の数値が3万3,400人ということで、約倍増しているということです。これは、スペイン通貨がユーロになったということで、ペセタからユーロになったということでもかなり恩恵を受けて、今まで切望していた日本・アジアへの旅行が増えたということにも通じるのかなと考えております。

○鶴岡部長 おっしゃるとおり、これが直接的な原因でというのは、なかなか我々としても判明しにくい。客観的にはいろいろな条件がスペインではそろったというところだと思うんですね。ただ、我々が一番ポイントとしたのは、やはり知られていないというのが一番大きいんですよね。それで、やはり情報提供していく機会として、FITURというのは最大の効果的な機会であろうというのが一つあります。

それから、先ほど共同出展者、具体的には、その出展者というのは日本で受ける旅行会社、いわゆるランドオペレーターということですよ。具体的に商品をつくってもらわないと日本に来ないということがあるので、商品をつくる場としてこの商談会を設定している。この2つが理由で、この後、出展した旅行会社とかをフォローアップしていますと、確かにスペインからは増えていますというのは聞いております。だから、直接的な効果としては、取り扱った旅行会社の取扱量が増えたとは言える。あとは、これだけではないいろいろな要因で全般的にスペイン人が増えた、こういうふうに言えるのではないかと考えております。

○小林副主査 ほかによろしいですか。

○内山専門委員 もう一つ、サービスの質とちょっと関連しての話で、インセンティブ、ディスインセンティブですが、インセンティブについて、ベストスタンド賞を取った場合には10%を成功報酬として支給するといったことが規定されているのは、これはなかなか有効なものではないかと思うのですが、ただ、先ほどおっしゃった3点のサービスの質という関連で言いますと、サービスの質をもし満たしていなかったらどうなるかということについて、特にないわけですね。あえて言えば、今のところは、そのサービスの質を満たした上でベストスタンド賞を取ればいいということではないので、例えばサービスの質で、要するにいい場所を取れというようなことがあるわけですが、仮にの話ですが、何かちょっとミスをしてしまって、どうも人が来ないような変な位置になってしまったとかいう場合に、そのディスインセンティブみたいなものは全くないわけですよ。あえて言えば、契約解除ということになると思うのですが、ちょっと場所が悪かったから契約解除というのは難しいだろう。そうすると、何らかの形のディスインセンティブみたいな仕掛けというのはあってもいいのではないかと考えているのですが、この点いかがですか。

○瀧澤次長 率直に申しまして、来年の場合はなかなか募集が難しいようなというか、比較的困難をきわめておりますので、その辺を念頭に置き、まず6者の確保ということがあったものから、ディスインセンティブについてまで考慮するところまでは行っておりませんでした。状況に応じましては、そういうディスインセンティブ、まさに怠慢によって場所を確保できなかったということは非常にあり得ることだと思いますので、検討することはあると思います。

**○内山専門委員** あと1点だけ、ちょっと細かいことですが、この落札者を決めるときの加点評価や事前広報計画が提案されているかどうかというのがあったと思うんです。10ページですね。これも、先ほど事務局から伺ったところでは、今はこういった事前広報計画がされていないので、そういったところについて予算がついていないということをお伺いしたのですが、そうであると、その予算が現時点でないところで事前広報計画をこういった形で加点項目に盛り込むことの妥当性について、若干の疑問がないわけではないのですが、この点についてはいかがでしょうか。無理なことではないとお考えでしょうか。

**○瀧澤次長** 事前広報につきましては機構も行う予定にしております、民間事業者のノウハウ、地元の媒体等にコネクションがある場合は、比較的欧州、スペインあたりには、独自のルートでPRしていただく可能性があるものと思ひまして、若干含めさせていただいた次第なのですけれども。

**○逢見副主査** インセンティブのところ、事前広報あるいはブースにおける訪日PR活動の成果で、これが報道媒体で紹介された場合に、機構のホームページあるいは広報資料で紹介するとあります。インセンティブとして、こういう紹介というのが初めてなものですから、これが果たしてどの程度のインセンティブ効果があるのかということですが、いかがですか。

**○瀧澤次長** 我々の機構は今現在、日本政府観光局という名称で報道関係に説明させていただいておりますので、そうした日本政府観光局の事業に関与されたという実績が、民間事業者にとっては品格といいますか、格付的には有効ではないかということで念頭に置かせていただきました。

**○鶴岡部長** 確かに、紹介することが何のメリットがあるかというお話だと思うんですね。実は今回、トライアルということで、基本的には日本の業者は、民間事業者というのは日本をベースにしている。今、海外でいろいろ事業展開をするというニーズが非常に高まっているんですよ。そういう意味では、実績を持っているということは、業界の中で見ると結構アピール度があるかなということと言えます。そういう意味ということですか。

**○逢見副主査** そうすると、紹介されると箔がつくというか、何かそういう感じのインセンティブということですか。

**○鶴岡部長** そうですね。箔というか、実績があるということではないかという気がしております。

**○逢見副主査** やはりインセンティブだから、できれば計量化できるものがあると思うのですけれども。そういう何か名譽的なものでもインセンティブたり得るのかなというのがちょっと疑問としてはあるのですが、実際それが相当この業界にとっては非常に名譽なことなのだと言えば、それはそれでいいのかもしれないけれどもね。

こういうものがインセンティブとして出てきたのは初めてなものですから、ちょっと我々もどう評価していいのか戸惑うところがあるのです。

**○小林副主査** 多分、今のところは、インセンティブというのは、明らかにこれ自体が、インパクト自体が計量化されていないわけではないのですか。だから、このインセンティブの項目として位置付けるのが適切かどうかというのは、ちょっと検討の余地があるのではないかと思うんですね。別のところでそういうことを検証するといった意味で記載することはあり得るかと思うのですけれどもということだと思います。

インセンティブのところでもう一つ、ちょっと私の方から、一番最初のインセンティブがありますよね。この成功報酬と言っているところですね。これがちょっと私はよくわからなくて、必

要経費、ブース出展料、この必要経費というのはどういうふうに算定していますか。

○**瀧澤次長** 当然、参加すると節約できない部分といますか、敷地、それから1つブースを設けますので、それに付随する椅子、机、そうした必要最低限のブース設営における必要経費ということで書かせていただきました。

○**小林副主査** これは、事業者に工夫の余地があって、削減できるといった部分という意味ですか。

○**瀧澤次長** そうではなくて、この必要経費は削減できないということです。どんなに工夫をしても、敷地は1平米140ユーロと決まっていますので、10者であればその価格が決まりますので、当然頭数で割られるような形になります。

○**小林副主査** わかりました。6者以外を獲得した場合にということですね。

内山先生、何かありますか。

○**内山専門委員** 先ほど小林先生がおっしゃったことと関係するのですけれども、先ほどの報道で紹介された場合どうかということで、6ページのフォローアップのところの記事の広告換算額を出させますよね。あえてインセンティブを入れるのだったら、ここのリンクみたいなものがあったでもいいのかなという気はするんですね。6ページの、これはフォローアップのb)ですね。恐らく記事の広告換算額というのは、その媒体に例えば10行記事が出たとしたら、10行分の広告を出したら幾らになるかということで計算するのだと思いますけれども、もしインセンティブを入れるのだったら、これとリンクさせれば、それなりに計量化というか定量化できるのかなという気がしますので、その辺ちょっと、先ほど小林先生がおっしゃったことと含めてお考えいただければと思います。

○**瀧澤次長** わかりました。その辺、研究させていただきます。

○**小林副主査** あともう一つ、17ページの従来の実施に要した経費のところですがけれども、この情報が、これは機構本部とパリ事務所との連携によって成功しているということで、だから、この経費というのが、今のFITURの実施に当たって要した経費の情報と考えていいのですか。

○**瀧澤次長** こちらの方は、あくまでも機構が実施した場合、パリ事務所及び本部の人員の配置並びに事務所借料、それからスタッフの給与、賞与等も含めて、更に、共通物件費ですとか通信運搬費についても、FITURのみならず、全体事業の枠のうちのというようなことで算出しております。実費という面では委託費定額部分というのがありますが、この辺が、敷地料ですとか、あるいはブースの設営料というようなことで考えられます。民間事業者の方の場合は、かなりこれを縮小して、より軽減したやり方も可能ではないかということを考えております。

○**小林副主査** 下の真ん中辺にある表のパリ事務所の主な委託費といったところが参考になるという理解でいいですか。

○**瀧澤次長** はい、そうです。主要な事業につきましては、ほとんどパリ事務所が、現地との連絡等も行いましてこれまで実施しております。本部は、本部サイドの共同出展者の集客といった活動がメインになっておりまして、主たる事業につきましては、パリ事務所が行っているのが事情です。

○**小林副主査** ほかにいかがでしょうか。内山先生、いいですか。

○**加藤部長** 先ほど内山先生の方からアンケートの件について話があって、ちょっとまた蒸し返すみたいで失礼ですが、実際に旅行博覧会といいますと、大体こういうところにいろいろなブースが立ちまして、そこにはかなりの人が、例えば日本の隣に韓国があり、中国があると、そこをぐ

るぐる回るような形で動きます。そして、そこにあるパンフレットとか、きれいな写真とか、そういうものをピックアップしていく。それで、感心のある人は来ますが、一般の人は、パンフレットをばっばっともらいながら全部を回るといような状況なんですね。

以前にそういうところでアンケートを取ろうとしたこともありますが、一般の方ですと、まず、アンケートの用紙をあれしっていて、何かちょっとおみやげをあげるから書いてねという形になります。そうしますと、大体そこで書いてくれる方はみんな、どこも「よかったよ」、「よかったよ」という形になります。ただ、それが必ずしも、さっき言ったように訪日要素につながるかという、そうではない。

むしろ、共同出展の人は、自分たちはコストもかけて、人を出してスペインまで行った。それが実際に業界の人と会って、これは脈があるなとかというのは実感としてわかるわけですね。これを出て、自分たちの費用対効果がペイしたかどうか。それがペイしないと、翌年からもう彼らは参加しないということなので、そこのところは我々としてきちんと確認したいし、押さえないと、実際に次に続かないということです。それから、彼らの方は、実際にこれをやったら旅行商品に結びつく、では、また増えるなというのが現実的に来ますので、そういう趣旨でもアンケートは、おっしゃることはよくわかるのですけれども、恐らくそこから出たとしても、かなり、まず書いてくれる人自身が、全体が好意的な形になってきて、それ自身が何かというのはちょっとならないので、そこは是非御理解いただきたいと思います。

**○小林副主査** では、その点に関して、先ほど出展事業者のアンケートでその部分をリサーチするといった意味では、例えば10ページのこれは評価項目の中のc) 創意工夫のところでは4つ・がありますが、そういったところで効果的な構成となっているかで、実際、本当に効果的と感じられたかとか、ここの4つの・のところ、最後は適切かどうかわかりませんが、少なくとも3つというのは、その質問票の中に入れられた方がよろしいのではないかと提案したいと思います。

**○加藤部長** わかりました。

**○小林副主査** それから、ここで最後の、先ほど内山先生からもあった、逢見先生でしたか、効果的な事前広報計画が提案されているかというところが、今まで予算措置が明確にされていなかったところなのですが、ここは10点になっているんですよね。これは10点でいいのかどうかというのが、つまりそういう効果的な事前広報計画というものが、今までの部分でしたらほとんどノーコストだったと思うのですが、それが評価項目の中に入って10点だったということは、適切かどうかというところにちょっと疑問があるような気がいたします。

**○鶴岡部長** おっしゃることはよくわかります。要は、コストをかけないで何ができるかと言っているみたいな話ですよ。だから、そこは少し配点のところのウェイトを下げるようなことは検討したいと思います。

**○小林副主査** ほかによろしいですか。

今日検討いたしましたところでは、結構、整理しなければいけない論点があったと思うのですが、事務局の方でいかがでしょうか。

**○事務局** 本日御指摘いただきましたアンケートの内容について、この企画書の評価の中身を反映させるですとか、もうちょっと来訪者の感触を測れるようなものにするということが1点と、2点目として、インセンティブの中に今記載されている、海外メディアから取り上げられた場合には機構のホームページなどに載せるといところの記載の位置を御検討いただきたいと思います。3点目として、ディスインセンティブのところの設定を御検討いただく。最後の1点として、

企画書の配点の中の最後のところ、事前広報の配点を変えるというところを前向きに御検討いただきたいと思います。結構項目はあるのですが、その修正を事務局の方にご提出いただいて、各委員の方にお諮りして、御了解が得られれば、パブコメに進ませていただきたいと思いますが、いかがでしょうか。

**○小林副主査** 本日議論いたしました各論点につきまして、機構の方でも、持ち帰っていただいて、検討していただくとともに事務局とも調整をしていただいて、その結果を委員の先生方にフィードバックしていただいてというような形でリファインするといった方向で、次回の審議で議了にするような方向で鋭意努力していただきたいと思いますので、よろしく願いいたします。

また、委員の先生方におかれましては、本日コメントできなかつたところ、御質問できなかつたところについてございましたら、事務局の方にお寄せいただいて、事務局において整理していただいて、また各委員に結果を送付するというところで、次回の議了を目指して鋭意努力したいと思いますので、よろしく願いいたします。

本日はありがとうございました。

**○加藤部長** ありがとうございました。

(独立行政法人国際観光振興機構退室)

(独立行政法人都市再生機構入室)

**○小林副主査** それでは、続きまして「賃貸住宅入居者募集業務」の実施要項（案）の審議を行います。

本日は、都市再生機構住宅経営部、根岸部長に御出席いただいておりますので、前回の審議を踏まえた実施要項（案）の修正点等について御説明いただきたいと思います。説明は、10分程度でお願いいたします。

**○根岸部長** 前回の議論の中で、ともかくわかりやすさということを旨に書き直してくださいという御示唆をいただきましたので、その辺を重点的に書き直したところがありますので、御説明させていただきます。

**○吉田入居促進チームリーダー** それでは、資料の方に基づいて御説明したいと思います。

まず、前回の議論、それから事務局との打ち合わせを踏まえまして変えた点を御説明したいと思います。

まず、実施要項については、3ページ目になります。対象業務でございますが、（6）の二のところ、まず入居希望者に対して取引の態様、これが賃貸借の代理ということになるわけですが、これを明示することが宅建業法上、定められております。その部分を入れてございます。

なおかつ、ホのところ、代理権の授与、これについてももう少し明確にということで、代理権の授与の時期ということで、これは、資格確認の後、重要事項説明に先立ちオンラインシステムにより行うということで、こちらはシステムの的に代理権授与の手続を行いたいということでございます。

「なお」ということで、個々の入居希望者との契約ごとに代理権を授与するわけですが、何らかの都合で成約に至らない場合がございますので、これについては、ただちにオンラインシステムにより代理権が消滅する手続を行っていただくというようなことを入れさせていただきます。

それから、5ページ目へ参りまして、前回もちょっと議論になりました契約目標件数の件でございますが、それと報酬のインセンティブ。目標件数は、四半期ごとの過去3年の実績値の平均を目標にするということですが、その報酬の増減については、の年間での一定の幅を、上限と下限を設けるということで前回御説明したわけですが、そこについて、前回は有意水準というようなことで御説明していたわけですが、ちょっとわかりにくいというようなところもございまして、今回見直してございまして、ここの5ページ目のところにありますとおり、上限、下限と申しますのは、3年間のうち同一四半期で契約件数の最大値の四半期のもの、それから最小値のもの、それをそれぞれ足し上げたものを上限、下限とするというようなことで掲げさせていただいております。

数値例ということで、ちょっと後ろの方の資料、情報開示資料の20ページになります。今回、契約目標件数の算出例という別紙2の部分でございますが、これを算出例という形でつけさせていただいております。上の表で契約目標件数、これは前回と同様で、各四半期ごと、過去3年間の平均値が出ております。それから、各営業センターごとに年間の上限と下限を設けてございます。この算出に当たっては、下に過去3年間の各期ごとの実績を数値で載せてございます。平成20年度につきましては、今回算出するに当たっての試算値、仮置きの数値で仮に試算しておりますが、こういう形で平成21年7月から始めていただくに当たっては、過去3年間の実績をもとに、目標、それから報酬に係る上限、下限というものを設けようと考えております。

上限につきましては、例えば下の各四半期ごとの実績が3年分ございますが、第1四半期、第2四半期、第3四半期、第4四半期それぞれに最大件数、最小件数というのを各期ごとに求めまして、それをそれぞれ最大値だけを集めたもの、それから最小値だけを集めたものということで上限、下限を設けようと考えております。これでやりますと、大体通常業務をやっている中ではこの範囲内に契約件数はおさまるであろうと考えております。更にこれを上回って契約件数を獲得した場合には報酬インセンティブになる、それから下回った場合にはディスインセンティブと考えてございます。

要項に戻っていただきまして、今回変えましたところが、11ページでございます。報告を要する事項ということで、今回入れさせていただきまされたのが（イ）のところで、企画提案に基づいて配員計画を出していただくわけですが、宅建業法上、従業者の氏名等の登録を行政庁の方になければいけないということがございますので、それに先立って機構に報告していただくという一文を入れてございます。

13ページでございますが、（4）の民間事業者が講ずべき措置という中で、前回若干議論になりました、従前の働いていた従業者に対する部分でございますが、大項目でありましたが、それをちょっと外しまして、今回、業務開始前の研修引き継ぎ等の中で、まず業務実施体制を確立してくださいということで（イ）を設けました。「民間事業者は民活型募集業務を効率的に実施するため、業務開始に当たり、必要な実施体制を確保しなければならない」ということになってございます。「なお」ということで、民間事業者の体制整備に当たり、従来、当該業務に従事していた従業者、これは機構職員以外の従業者ですが、その採用を含めて検討することができるということで、民間事業者側の可能性としてここにコメントさせていただいております。

14ページへ参りまして、他の業務の禁止というところで、民間事業者が他の業務を禁止されるわけですが、すべてにおいて禁止されているような表現になっておりましたので、「民活型募集業務の実施にあたり、営業センター及び現地案内所等において」という一文を入れさせていただ

いております。

実施要項については以上でございまして、情報開示資料の方で21ページでございまして、2の従来の実施に要した人員の業務従事者に求められる知識・経験等の(1)でございまして、従来、「機構と同等の責任を負う」とか、そういう表現になっておりましたが、そういうことではなくて、次のような能力ということで、募集業務に関する法令等に関する知識、入居希望者の要望に合った適切な住宅のあっせん、団地の特記事項、契約内容等についての過不足ない説明、それからオンライン端末等の操作、事務処理を適切にという中身に変えさせていただいております。

24ページ以降、情報開示資料でございまして、前回、平成19年度決算値がまだ出ておりませんでしたので仮置きになっておりましたが、決算が終わりまして数値が確定しましたので、今回、平成19年度までは確定値ということで入れさせていただいております。

参考資料の方では、入居者募集入居資格について、これは募集パンフレットの写しですが、「CONTENTS」と書いてあるところですが、一般に入居希望者にお配りしている資料、こういうことで入居資格の確認をするというようなこと等々の資料を設けてございます。

説明は以上でございまして。

**○小林副主査** ありがとうございます。

それでは、ただいまの御説明につきまして、御意見、御質問のある委員は、御発言をお願いいたします。

**○逢見副主査** 前回の審議を踏まえて幾つかの点で修正していただいて、今、御説明いただいた修正点については、おおむね前回の議論を踏まえたものとして妥当ではないかと思っております。

ただ、希望としては、営業センターというのはまさに第一線の窓口で、そこに来る顧客というのは、いろいろなニーズを持っている人たち、明日にでもすぐに入りたいと来ている人もいるし、それからいろいろなハンディを持っている人もいるし、外国人もいる。機構というのは、そういう人たちを公平に受け入れるのが使命だろうと思っておりますので、機構の持つミッションと申しますか、そういうものがきちんと第一線のセンターの人たちに伝わることが重要だと思っておりますので、説明会等で、そういった機構が持つ賃貸住宅のミッションというものを十分説明して、そのことを理解した人たちに入札に参加してもらうということでお願いしたいと思っております。

**○小林副主査** ほかにいかがでしょうか。

**○内山専門委員** 契約件数の目標値の上限と下限について修正していただいて、わかりやすくなったといいますか極めて妥当だと思うのですが、細かいことですが、5ページの書きぶりが、これだけ読んでしまうと、ちょっとわかりにくいのではないかという気がするんです。これはどうなるのでしょうか。説明を伺えば、ああ、なるほどなと思うのですが、この文言、「契約件数の上限及び下限は、過去3年間のうち同一四半期における契約件数が最大又は最小であった年度の当該四半期における契約件数を、第1四半期から第4四半期までそれぞれ足しあげたものとする」でわかるのかなというのが率直な感想で、ここをもうちょっとわかりやすくした方がいいのかもしれない。

例えば、別紙2で算出例も書いていただいておりますけれども、これを見ても、やはり、実際に足してみれば、そうか、これとこれを足せばこの数字になるのかとわかりますが、この数字とこの数字とこの数字を選んで足すところになりますというのも、もうちょっと丁寧に書いてあげた方がいいのかなというのが、老婆心かもしれませんが、ちょっと思いました。

**○小林副主査** 今の件についてはいかがですか。



**○吉田入居促進チームリーダー** わかりました。おっしゃるように、なかなかすつと入ってこない部分があるのかもしれませんが、少し表現ぶりを見直したいと思います。

**○小林副主査** ほかにいかがでしょうか。

先ほど、最初に逢見委員が御指摘になったことは、この業務について非常に重要なことだと思うんですね。それで、これはいかがなんですか、別にこの中というか、業務の中に、例えば3ページのところでは入札の対象になる業務といったところには非常に淡々と業務の内容が書いてあるわけですが、この業務の目的とするところといいますか、ミッションといったところについて、何か特段、この実施要項の中に、そんなにくどくどではなくて、何かどこかに入れた方がよしいのではないかという感触がしているのですけれども、どうでしょうか。

**○吉田入居促進チームリーダー** 今現在、13ページのところでございますが、民間事業者が実施すべき事項の中に、13ページの口のところに、「公正な取扱い及び適正な事務処理」というところがございまして、こういうところで、「機構法及び関係法令に従い、入居者募集に当たり、入居希望者を区別することなく公正に取り扱わなければならない」というようなことで入れておりまして、ここが根幹的な部分。民間であれば公正性というところはそれほど求められない部分であるかと思うのですが、こういうところで書き込んでおります。

それから、その他禁止事項、これも民間事業者からするとなかなか厳しいかなというところもあるかと思いますが、こういう禁止事項、これも入れさせていただいております。それと、この入居資格の資料、こういったもので基本的にはわかっていたかと思っております。

**○逢見副主査** ちょっと事前に事務局と打ち合わせしたときには、13ページの口の公正な取扱いというところに含まれているとは読めるということだったのですけれども、一番、例えば冒頭のところにそういう機構の賃貸住宅というのはこういうものであってといったものがあつた方がいいのではないかという感じがしたんですけれども、どうですか。

**○根岸部長** それは難しいですね。我々も今、委員おっしゃるとおり、機構が、外国人であっても、それから高齢者であっても、差別してはならないというのは、当然募集の常識としてあるのですけれども、面と向かって書くのが難しいので、例えば機構法の中に、そもそも賃貸住宅の募集で国民の福祉とか、ちょっと使命的なものは書いているんですよ。それを、例えば資料の参考につけたり、例えば、おっしゃっている高齢者の施策なんかも、正直言って、国の方針によって揺らぐ部分がありまして、今、少子高齢化に特化しなさい、重点化しなさい、そのミッションでやっているのですけれども、ここにあって書くのは非常に難しいんですね。

**○小林副主査** 通常の、今まで審議した入札実施要項のところでは、趣旨のようなものが書いてあるわけなんですね。それで、この要項が本体なわけですから、この要項を見て、この業務に参入してくるわけですから、通常の民間の市場にいる民間事業者というのは、いかに迅速に適切な資格を持った人を入居者として審査して、それで入居していただくかということについては、非常にスキルを持っていると思うんですけれども、そこに重要なこの業務は、公共サービス改革法の趣旨に従って民間事業者がやるといったときには、やはりその趣旨に沿って公共サービスの提供の一翼を担うのだということに参入していただかないといけないと思うんですね。だから、そういう意味では、ここでは、この実施要項は非常にテクニカルにつくられていて、そこの意図の部分、趣旨の部分というのが少し軽んじられていると言ったら何ですが、記載が薄いといいますか、記載がないというようなところがあるように思われるので、そこだけちょっと、趣旨のようなところを記入していただくわけにはいかないですかね。

**○根岸部長** 非常に書きづらいですね。我々も、実は前回も申し上げたのですけれども、やはり公的な機関としての一面もあるのですが、この議論をそもそもやるときに、趣旨に私は反対しているわけではないですが、連続、やはり店頭に出している賃貸住宅を3%の空き家率で押し上げてきたというのは、ある意味で、公的機関だからではなくて、民間の中でもきちんと公団住宅を選んでくれるように努力してきたたものでありまして、余り、今おっしゃっている公団、公的賃貸住宅なんだからというのは、厳密な意味で、ここに、制度要項に書くのが今、我々の公的な使命みたいなものをうたうべきではないかという御趣旨ではうれしいのですけれども、非常に書きづらいですね。

**○内山専門委員** 先ほどおっしゃいましたか、機構法で何か定めがあるということであれば、法律の文言みたいなものをそのまま引っ張ってくれば恐らく問題は生じないと思うのですが、機構法で何か使える文言ってないですか。第1条とかそういうところで。

**○根岸部長** ちょっと検討してみましようか。そこまでおっしゃっていただけるのですから。

**○逢見副主査** これは公共サービスなんです。市場化テストというのは、公共サービスの中で民間活力を活かす、そこにどういう部分が民間委託できるかということなので、やはり公共サービスであるという部分がないといけないと思います。ところが実施要項案を、最初から読むと、どこが公共サービスなんだろうという感じがするんです。民間と同じだということになったら、別にこれは公共サービスとして定義する必要がなくなってしまうわけです。だから、そこは何かちょっと工夫が要るのではないかと思いますけどね。

**○根岸部長** 公団の賃貸住宅は、昔から民法が適用されて、家賃改定や何かでも、最高裁の判例でも、これは一般の民間賃貸住宅と同じですという判決もいただいている。その中で一定、確かにおっしゃるとおり、外国人であっても、それから高齢者であっても、差別せずに、一定の資格要件があって、特に収入も一定の収入以上の人であればだれでも受け入れなさい、その部分に公的な部分があるかもしれないのですが、基本的には、民間の賃貸住宅事業ではないのかということから出発しているわけです。

ただ、1点、公団法の中に、機構法の中に、これは国民の資産であって、建築するときには国の財投のお金が入っている。だから、国民全体の有益なる資産として十分活用しなさいよと。そこに公共の福祉的な部分が出てくるのではなかろうかみたいな文面は、ちょっとうかがわれるところがありますよね。ただ、基本的には、賃貸住宅は市場の中で形成される市場活動の一種だと私は思っております、それで書きづらいわけです。

**○小林副主査** でも、一般的には、アフォーダブルハウジングというか、政策的にもそういうものがあるのではないかと思うのですが。事務局長どうぞ。

**○佐久間事務局長** 機構として、中期計画なり政策評価のいろいろな文書であるとか、そういうようなところで、ある程度練れた表現の部分というか、一から書き起こすとかなり難しいという感じはわかりますけれども、これまでいろいろと役割や政策面からも評価なり何なりの中で、いろいろ留意事項とか配慮とか、そういったようなことについて、ある程度こなれた表現というのが文章としてつくられておられるのではないかという気もいたしますが、いかがでございましょうか。

**○根岸部長** 持ち帰って検討させていただきます。

確かに、お話の中にあつた公団の中に高優賃というのは、一部ですけれども、2万戸ぐらいの規模で、77万戸の中の2万戸の部分なのですが、やはり応能応益的な、一部いわゆるおっしゃっ

ているような純粋的な意味での公共的な賃貸住宅がありますので、その一翼を担えというよう  
な御答申をいただいていますから、ちょっと書いてみます。

**○小林副主査** ほかによろしいでしょうか。

では、事務局の方から何か確認すべきことがありましたら。

**○事務局** それでは、事務局と機構との間で調整を行いまして、その結果を委員の先生方にご確  
認いただきたいと思います。その結果を受けて、御了解いただけるようでしたら、パブリックコ  
メントの手続の方に進んで行っていただきたいと思っております。

**○小林副主査** それでは、今、議論になりましたところを持ち帰っていただき、御検討いただ  
くとともに事務局とも調整して、また委員の方にもフィードバックしていただきたいと思いま  
す。できれば次回の審議で議了するというような方向で調整を進めていきたいと思いま  
すので、機構におかれましては、引き続き、鋭意検討していただきますようお願いいたしま  
す。また、委員の先生方におかれましては、本日質問できなかつた点、コメントできなかつた  
点についてございましたら、事務局の方にお寄せください。事務局で整理していただいて、  
各委員にフィードバックしていただきます。

それでは、本日の入札監理小委員会はこれで終了いたします。ありがとうございました。

**○根岸部長** ありがとうございます。

(終 了)