

質疑応答結果

分類	質問	回答
PFI事業に係る留意点	民間企業が行う誘客策として、自治体住民へ還元するための取組としては、どのようなものがあるか。	自治体住民の利用料金を低く設定したり、優先して予約可能にしたり、予約開始時期を早めたりするケースがみられる。 また民間企業の誘客策としては、割引により単価を下げながら利用者数を増やすよりも、魅力向上により単価を向上させるという発想が多く見られる。
京王電鉄の取組	社会教育を本分とする施設で営利活動を実施するにあたり、民間事業者としてハードルなどはあったか。	特段のハードルは感じなかった。 公共交通機関を有する立場から、CSR活動の一環となること、沿線価値の向上につながるが見込めたうえ、元々同様の施設は自社として有していなかったため、新たな事業分野への進出という意味でも抵抗なく算入することができた。
	PFI事業を実施する中で、事業者として参加しやすい要求水準書はどのようなものか。	行政と民間事業者で言葉の定義が異なっているケースがあるため、定義を一致させるよう、 高頻度かつ時間に余裕を持った質疑のやりとり ができるとありがたい。 （事務局補足）一般に、要求水準書にて多くの制限を設けてしまうと、民間企業が算入しにくくなるおそれや、入札金額も高額になってしまうおそれがある。これを防ぐべく、 要求水準書における制限は緩くし、付属文書で強制力を伴わず行政側の思いを伝える ことが検討される。なお、コストの積算については要求水準書の書きぶりが曖昧な場合、民間企業が金額を見積もることが難しくなってしまうため、修繕の内容等に関しては具体的に書かれることが望ましい。
	施策（企業へのセミナー利用の促進、マルシェの開催等）の実施に際し、自治体からの制限（自治体内の事業者に依頼しなければならない等）や、施策の効果・妥当性に係る協議はあったか。	施策に対して、特段の自治体からの制限はなかった。また施策の効果について、情報共有として自治体伝えてはいたが、効果検証を求められたことはない。 （事務局補足）PFI事業において、整備段階では地元企業へ発注するよう限定しているケースもあるが、運営段階では特段の限定はないケースが多い。
事業の推進にあたり、自社のリソース（鉄道事業、グループ企業等）をどのように活用されているか。	広報にあたり、電車内外へのポスター掲出やバスラッピング、沿線情報誌等の宣伝媒体を活用しており、低いコストで広報活動を行えている。外部の企業・団体が利用すると1度に数百万円規模のコストがかかるが、自社媒体のためポスターのデザイン費・出力費・掲出のための人件費などの実費相当のみの負担で実現しており、これは公共交通機関である当社にしかできない取り組みだと考える。	