

公共スポーツ施設における指定管理者制度公募2巡目の現状と課題 The Issues in the Second Cycle Compulsory Competitive Tendering for Public Sport Facilities

間野義之

MANO, Yoshiyuki

早稲田大学スポーツ科学学術院

Waseda University, Faculty of Sport Sciences

キーワード: 公共スポーツ施設、指定管理者制度、2巡目

Key words: Public Sport Facilities, Compulsory Competitive Tendering, The Second Cycle

抄 録

2003年9月に地方自治法が改正され、公共スポーツ施設の管理運営に、民間企業を含めて原則公募とする指定管理者制度が導入された。しかし、公募はあくまでも原則であり、従前の管理運営者の雇用維持等の観点から、指定管理者制度の導入直後は移行措置として非公募が認められたため、1巡目は必ずしもすべての施設に競争原理が導入されたわけではない。このため、本稿では、体育施設出版が2009年に実施した公共スポーツ施設を対象としたアンケート調査結果をもとに、2巡目における公募の現状と課題を明らかにすることを目的とした。調査結果から、2巡目における公募の現状として、1巡目に比べて公募割合が増加している可能性があることが示唆された。しかし、その一方で公募であっても非営利法人が指定管理者となる割合が高く、営利法人の参入による競争原理の強化が図られているかどうかについては、必ずしも明白でないことが示唆された。

スポーツ科学研究, 7, 63-67, 2010 年, 受付日: 2010 年 4 月 8 日, 受理日: 2010 年 6 月 7 日

連絡先: 間野義之 202-0021 東京都西東京市東伏見 3-4-1 早稲田大学 STEP22-716

電話・ファックス: 0424-51-1025

1. 背景ならびに目的

2003年9月に地方自治法が改正され、公共スポーツ施設の管理運営に、民間企業を含めて原則公募とする指定管理者制度が導入された。法改正以前は、地方自治法で定める公(おおよけ)の施設は、自治体が直営するか、公益団体または自治体が出資した第3セクターへの管理委託制度のいずれかに限定されていた。直営ならびに管理委託制度では、あらかじめ施設管理運営者が定まっていることから、利用料収入の増加や利用者満足度の向上

など、特段の経営努力が求められる環境になかった。このため、八代ら(1991)が指摘するように、公共スポーツ施設は「安かろう、悪かろう」「管理あって運営なし」と評価されていた。このような状況のなか、指定管理者制度によって、民間企業をも対象とした公募方式が導入されたことにより、競争原理が働き、サービス・クオリティの向上や利用者満足度の向上が報告されている(間野、2009、2010)。

しかし、公募はあくまでも原則であり、従前の管理運営者の雇用維持等の観点から、指定管理者

制度の導入直後は、移行措置として非公募が認められた。このため、1巡目は必ずしもすべての施設に競争原理が導入されたわけではない(間野、2007)。

指定管理者制度では、公募・非公募に限らず協定期間が定められることから、所定の期間が終了した後の 2 巡目以降は、公募・非公募あるいは直営

のいずれかを自治体が再び選択することになる(図1)。競争原理導入の観点からは、2 巡目は公募であることが望ましいと考えられるが、その現状は明らかではない。このため、本稿では、公共スポーツ施設を対象としたアンケート調査結果をもとに、2 巡目における公募の現状と課題を明らかにすることを目的とした。

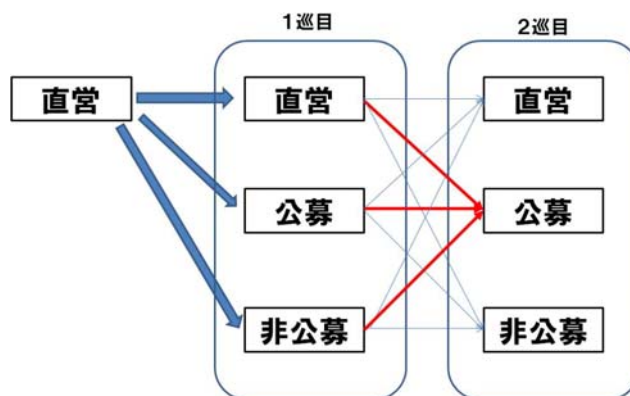


図1. 2 巡目以降の指定管理者の方向性

2. 調査方法

調査対象は(財)日本体育施設協会維持会員 14,218 施設のうち、職員5名以上が常駐している 1,099 施設を対象とした。調査主体は(株)体育施設出版であり、調査方法は郵送法で、調査期間は 2008 年 12 月～2009 年 2 月であった。調査項目は、募集方式、管理運営主体、契約期間など5項目であった。有効回答数は 350 施設であり、有効回答率は 31.8%であった。

3. 調査結果および考察

指定管理者制度では、公募・非公募に限らず協定期間が定められているため、期間終了後は再度募集方式が検討されることになる。調査時点で、まだ 1 巡目であった施設は全体の 43.1%であり、すでに 2 巡目に突入した施設は 23.1%であった。直営のままであった施設は 33.7%であった(表1)。2 割を超える施設が 2 巡目の指定管理者を導入していた。

表1. 募集回数と募集方式 (n=350)

単位: %

	n	1巡目 151	2巡目 81	直営 118	計 350
公募方式	157	28.9	16.0	—	44.9
非公募方式	75	14.3	7.1	—	21.4
直営方式	118	—	—	33.7	33.7
計	350	43.1	23.1	33.7	100.0

出所:「公共スポーツ施設における指定管理者制度公募2巡目の実態アンケート調査結果」(体育施設出版)より作成

募集方式は1巡目と2巡目をあわせて公募方式が多く44.9%であり、非公募方式は21.4%であった。しかし、直営方式(33.7%)と非公募方式(21.4%)を合わせた割合は55.1%であり、改正地方自治法の完全施行から2年半が経過した調査時点でも、過半数は競争原理を導入していなかった。このことは、自治体やスポーツ振興事業団など従前からの管理運営組織の雇用維持が依然として図られていることが推察される。また同時に、人口の少ない地域では施設利用者が少なく、利用料金収入の確保も難しく、そのため応募者が存在しないことから、やむなく直営を維持している可能性もある。とはいえ、競争原理の導入に否定的といえる非公募方式が2巡目に突入しても存在していることは問題といえよう。

2巡目を迎えた施設のうち、公募方式は全体の16.0%で、非公募方式は7.1%であった。1巡目の公募方式28.9%、非公募方式14.3%と比較すると、それぞれの公募方式の割合は1巡目66.9%(101施設/151施設)に対して、2巡目に突入した施設は69.1%(56施設/81施設)となり、わずかに2.2ポイ

ントほど高い。1巡目で公募方式を採用した場合、2巡目以降も公募方式となるのが一般的である。したがって、1巡目に非公募方式の施設が、今後2巡目において公募方式へと変更されれば、現状の69.1%をさらに上回ることが予想される。

次に、公募方式と非公募方式の受託事業者についてみた。表2のとおり、公募によって選定された指定管理者は、公益法人(35.0%)がもっと多く、次いで民間企業(29.4%)、体育協会(25.2%)であった。民間企業と公益法人によるコンソーシアムは3.1%であった。このうち、公益法人(35.0%)と体育協会(25.2%)とをあわせると60.2%となり、公募であっても過半数の施設がスポーツ振興事業団や体育協会などの非営利法人を選定していることがわかる。

非公募方式の場合は、さらに非営利法人の割合が高まる。公益法人が72.0%、体育協会が20.7%で、あわせて92.7%が非営利法人であった。営利法人である民間企業はわずか1.2%に過ぎなかった。

表2. 募集方式と受託事業者(n=245)

	公募		非公募	
	n	%	n	%
公益法人 *1	57	35.0	59	72.0
民間企業	48	29.4	1	1.2
体育協会	41	25.2	17	20.7
コンソーシアム *2	5	3.1	0	0.0
その他	12	7.4	5	6.1
	163	100	82	100

*1: 公益法人には体育協会は含まず

*2: コンソーシアムは公益法人と民間企業との共同事業体

出所:「公共スポーツ施設における指定管理者制度公募2巡目の実態アンケート調査結果」(体育施設出版)より作成

指定管理者制度は、“Value for Money”(以下、VFM)を高める仕組みであって、単に民営化を促進する制度ではない。財政支出を縮減しつつ、より良いサービスを提供することが制度の目的である。したがって、VFM が高まるのであれば事業主体は営利・非営利を問わない。そのために法改正をし、公募による民間企業の参入を認め、既存の公益法人等を含めて競争させ、サービス向上・経費節減のための創意工夫を生み出すことをねらいとしている。つまり、競争の結果として、民間企業の受託割合が低いのであれば、そのことは問題ではない。重要なことは、公募方式によって、複数の事業者が VFM を高めるための企画提案を競い合っているかどうかである。

しかし、非公募方式では、競争原理が働かないため、事業者の創意工夫がもたらされず、結果として VFM を高めることができない可能性が高い。また、非公募方式では従前からの非営利法人が、そのまま選定されているであろうことから、指定管理者制度を導入したにもかかわらず、経営刷新が図られないことは想像に難くない。

一方、公募といっても応募者が非営利法人1団体のみであった可能性も否定できない。本調査では、公募方式に際しての応募者数が調査項目に含まれていないため、正確に記述することはできない

が、公募方式で非営利法人が選定された施設には、1 団体しか応募しなかったケースも含まれている可能性がある。つまり、公募方式といっても、ケースによっては十分な競争環境が形成されないままに、既存の公益法人が、あたかも非公募方式と同様に、指定管理者に選定されたケースもあることが推察される。反対に、公募方式で民間企業が指定管理者となった場合は、従前の管理者である非営利法人との競争の結果だと考えられる。なぜなら、従前の管理者は雇用維持などの観点から、公募の場合でも辞退することはできず、応募する必要に迫られていたと考えられるからである。

これらのことから、公共スポーツ施設の 2 巡目以降の指定管理者制度では、管理運営の VFM を高めるために、公募方式を増やすとともに、民間企業者による応募を促進し、適切な競争環境を整えることが課題といえよう。

4. まとめ

本稿では、公共スポーツ施設を対象としたアンケート調査結果をもとに、2 巡目における公募の現状として、1 巡目に比べて公募割合が増加している可能性があることが示唆された。しかし、その一方で公募であっても非営利法人が指定管理者となる割合が高く、営利法人の参入による競争原理の強化

が図られているかどうかについては、必ずしも明白でないことが示唆された。

引用参考文献

- ・ 間野義之、庄子博人、本目えみ (2009) 公共スポーツ施設の指定管理者制度導入前後の利用者満足度の変化—A 体育館を対象とした事例研究—, スポーツ産業学研究, Vol.19, 223-229.
- ・ 間野義之、庄子博人 (2010) 指定管理者制度導入によるスタジアムのサービス・クオリティの変化—A スタジアムの観戦者を対象とした事例研究—, スポーツ産業学研究, Vol.20, 73-79.
- ・ 間野義之 (2007) 公共スポーツ施設のマネジメント, 体育施設出版, 東京, 48-56.

- ・ 体育施設出版 (2009) 公共スポーツ施設における指定管理者制度導入の状況, 月刊体育施設, 6月号, 37-40.
- ・ 八代勉、柳沢和雄 (1991) 公共スポーツ施設の経営と課題, 体育の科学 41(5), 362-365.

付記

本稿は、2009 年 3 月に開催された「公共スポーツ施設における指定管理者制度の展望」のセミナーにおいて、筆者がパネルディスカッションの際に、口頭発表した資料をもとに作成した。