

## 入札監視委員会の審議概要

開催日及び場所	令和2年9月8日（火） 北海道運輸局 6階会議室
委員	委員長 吉見 宏（北海道大学大学院経済学研究院教授） 委員 千葉 寛樹（税理士） 委員 市川 隆之（弁護士）  <div style="text-align: right;">（敬称略）</div>
審議対象期間	令和2年1月1日～令和2年6月30日
抽出案件	総件数5件
物品・役務 一般競争	①自動車交換契約（釧路、北見運輸支局） ②北海道運輸局札幌運輸支局及び北海道検査部構内警備・交通整理業務請負契約
役務・物品 随意契約 （企画競争）	③地域の観光資源を活用したプロモーション事業「東南アジア シーズンナリティプロモーション」（13）フィリピンメディア招請 ④地域の観光資源を活用したプロモーション事業「欧米豪グ ンシーズン誘客プロモーション」（5）豪州教育旅行関係者等招請
工事 一般競争	⑤釧路運輸支局車検場入口門扉改修工事
意見・質問 及び回答	別紙の通り
委員会による意見 の具申又は勧告	無し

参考)

入札監視委員会は、入札及び契約の過程並びに契約の内容の透明性を確保するために、平成13年4月1日から施行された「公共工事の入札及び契約の適正化の促進に関する法律」（平成12年11月27日法律127号）及び「公共工事の入札及び契約の適正化を図るための措置に関する指針」（平成13年2月9日閣議決定）に基づき、北海道運輸局に設置されています。

委 員	北海道運輸局
<b>①自動車交換契約（釧路、北見運輸支局）</b>	
<p>●性能等証明書等の数式によって、優劣が決すると思われるが、これらの数式は何に基づいているのか。</p> <p>●今後、電気自動車等の普及が進むと考えられるが、この計算式が見直されるような事はあるのか。</p> <p>●概してコンパクトで安い車が有利か。</p> <p>●本件は低入札調査案件とはならなかったのか。</p>	<p>○グリーン購入法に基づいた「環境物品等の調達に関する基本方針」により定められている。 この基本方針は環境省で定め、全省庁における調達を対象としている。（自動車購入の他に文具類、コピー用紙も該当）</p> <p>○当基準は毎年見直しがされているので、社会情勢の変化等により、電気自動車、天然ガス車の普及が進めばそれらに対応した基準に変わるものと思われる。</p> <p>○有利である事は確かであるが、燃費基準という評価項目があるので、大きい（車両重量が重い）にも関わらず、燃費が非常に良い車であれば、逆転する事も有る。</p> <p>○予定価格が基準額（1,000万円）に達していないので、対象とはしなかった。</p>
<b>②構内警備・交通整理業務請負契約（札幌運輸支局）</b>	
<p>●説明資料にある「警備予定表」は運輸局側で定めているものか。</p> <p>●予定価格とB社の応札価格が同一であるが、予定価格はどのように定めたのか。</p>	<p>○運輸局において、例年の業務件数等から推測される混雑程度に応じ、警備員数を「警備予定表」に記載しているため、警備業者は事前に公告内容からこの予定表を確認し、応札する事となる。</p> <p>○本件は複数社から参考見積書（警備員1名単価）を徴収し、もっとも安価であったB社の単価に前出の警備予定表の人数を乗じて金額を予定価格としたのだが、B社は参考見積価格と同一価格にて応札、A社はそれより安価な応札を行い、競り勝ったものである。 入札若しくは見積合わせにおいては、参考価格より下げる事が一般的ではあるが、今回のようなケースが珍しいという訳では無い。</p>

③地域の観光資源を活用したプロモーション事業  
「東南アジアシーズンナリティプロモーション」(13)フィリピンメディア招請

●コロナ禍において、この誘客事業はどのようなになっているか。

○フィリピンのみならず海外からの直行便が停止している為、今現在としては実際の誘客には繋がっていない。

しかしながら、私共がこの時季に発信したYouTube、SNS等の反響が過去の事例と比べても大きく、再生回数500万回を超えるなど、北海道の魅力を周知する一定程度の成果があったと捉えている。

●実際に招請した期間を教えてください。

○令和2年2月3日～8日、フィリピンのインフルエンサー4名を招いた。

男女で活動し、『カップルユーチューバー』との呼称で現地では親しまれている。

●事業者から出される提案書には、具体的に誰を呼ぶのかという内容が提示されているのか。

○インフルエンサーを特定し、且つ発信力(再生回数、閲覧数等)も併せて提示している。

また、当インフルエンサーが急遽何らかの事情により参加出来ないといった場合には、同等以上の発信力を持つ代わりを用意している。

●2月上旬に招請という事だが、そもそもどの時季の誘客を期待していたものか。

○本事業は情報発信を目的としており、必ずしも誘客の即効性を求めているわけではない。昨年12月に直行便が開通したことから、今後将来的に北海道を訪れたいと思えるような映像等の提供に主眼を置いている。敢えて、誘客を期待する時季を挙げるとすれば、フィリピンは雪の降らない国であることから、来年の同時季となり。その為、現地では見られないような冬季の映像発信にも力を注いでいる。

しかしながら、編集等により発信までのタイムロスがあるテレビ、雑誌と違い、SNSでは発信までに時間を要さないため、2月に発信し、同シーズンの誘客に間に合う場合も有ると考える。また、既に来道を予定していた人々にとっては直ぐに使える情報としての利用価値もある。

④地域の観光資源を活用したプロモーション事業  
「欧米豪グリーンシーズン誘客プロモーション」(5)豪州教育旅行関係者等招請

●招請をグリーンシーズンでは無く、冬に行っているのは何故か。

誘客を想定している時季はあくまで夏場(7~9月頃)か。

●実際、招請にて来られたのはどのような方で何名か。

●シドニーの学校、旅行会社か。

●標題に「欧米豪」とあるが、「欧米」に向けての事業は行っていないのか。

●海外から冬にスキー旅行で来道する方々に、グリーンシーズンの魅力をアピールするような取組は行っていないのか。既に来ている方に対して行うのは効果的に思えるが、如何か。

○グリーンシーズン(夏場)の誘客を想定しており、当方としてもグリーンシーズンに招請を行うのが好ましいとは考えているが、学校関係者を呼べる時季にはある程度の縛りがある事、また受け入れる北海道の業者も夏場はかき入れ時であり、今回はこのような時季となった。

また、昨年12月に豪~新千歳の直行便が就航(冬季季節運行)した事から、冬季だけでは無く、夏期の誘客にも繋がるような魅力を発信する狙いもある。

○豪の学校関係者(5校、5名)、旅行会社(1社、1名)。

学校関係者の所属する学校は日本語の履修科目がある、日本への研修旅行を実施しているなど、既に日本への関心を持っている。

旅行会社は豪と日本の教育旅行プログラムを中心に団体を手配している。

○いずれもパースになります。

旅行会社がパースであった為、現地の学校を集めたと思われる。

○教育旅行としては「豪」だけであるが、例えばサイクリング、ゴルフであったりと、国、地域のニーズに合わせている。

「豪」からは既に冬場のスキーで人気があるので、今後はグリーンシーズンでの誘客も確保したい狙いである。

教育旅行を契機にリピーターとなって頂ければと考えている。

○運輸局としては行っていないが、それらの方々に対しては訪れたレジャー施設、宿泊施設において、グリーンシーズンの周知(ポスター、パンフレット配置等含む)が行われていると捉えている。

また、スキー等の目的を持っている方々は「場所」よりも「目的」を達成する事に主眼を置いている為、スキー等目的であればウィンターシーズンである国を常に求めていると思われる。

●北海道の人気エリアがニセコから富良野にシフトしつつあるという話を聞くが、乱開発も懸念される場所である。

●実際、既にこのような教育旅行の形での訪日はあるのか。

○仰るとおり、ニセコが飽和状態にあることから、別のエリアを模索する動きがある。富良野もその一つであり、市街地から離れた北の峰地区にて開発が進んでいる模様。

○当事業の一年前に教育旅行に関する調査を行っておりますので、資料を配付致します。ボリュームゾーンは台湾、中国、米国となっている。日本であれば、学校（学年）単位での旅行であるが、海外では30～40名程度のクラス毎に行き先を選定している事が多いので、その点を踏まえた事業を行う必要がある。

### ⑤釧路運輸支局車検場入口門扉改修工事

●一者応札となっているが、このような案件は業者の関心が薄いのか。

●支局において付き合いのある業者のリストを前任者から引継ぐ等の対策はされているのか。

○本件に限らず、一般競争入札の形は取っているが、参加して頂けるのは普段から付き合いのある業者のみである事が多い。当運輸局の扱う数百万円程度の発注では業者にとっては魅了が無いものと思われるが、他官署が行っている数千万～数億円規模の工事においても、不調・不落が頻発している事も併せて考えると、役所の手続の煩雑さも一因かと思われる。

○少なくとも付き合いのある業者1社は引き継がれているようだが、競合する2社目の確保が困難となってきている。また、年々定員削減が進み、ある支局においては既に総務担当職員が配置されておらず、他の部署の職員が併任（かけ持ち）にて会計業務を行っており、そこまで手が回らない状況がある。