

入札監視委員会の審議概要

開催日及び場所	令和3年9月15日（水） 北海道運輸局 6階会議室	
委員	委員長 吉見 宏（北海道大学 理事・副学長） 委員 千葉 寛樹（税理士） 委員 市川 隆之（弁護士）  ※敬称略	
審議対象期間	令和3年1月1日～令和3年6月30日	
抽出案件	総件数5件	
	物品・役務 一般競争	①札幌運輸支局登録事項等証明書交付業務等の委託業務
		②カラー・モノクロプリンター用トナーカートリッジ他購入契約
	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 「東アジア国立公園活用誘客プロモーション」 (1) メディア招請・映像製作・純公告
		④地域の観光資源を活用したプロモーション事業 「P o w d e r S n o w H O K K A I D O」 (1) WEBセミナー (BtoB) ・商談会・純公告
⑤令和3年度「訪日グローバルキャンペーン等に対応したコンテンツ造成事業」大雪山国立公園 長期滞在促進のための着地型プログラム造成事業		
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。

①	札幌運輸支局登録事項等証明書交付業務等の委託業務
委員	北海道運輸局
<p>○一者応札が続いているが、仕様書の内容についてはどのように考えているか。 工夫により他者が応札し易くなる余地は無いのか。</p>	<p>●仕様書は詳細な記載を行っており、受注者とのトラブルを避ける意味では意義のあるものと考えているが、一方、初見では実際の業務以上の難解さを与えてしまう可能性がある。 新規参入業者を確保するには、仕様書の表現に手を加える他、場合によっては業務に係る説明会を行う等の手法を検討したい。</p>
②	カラー・モノクロプリンター用トナーカートリッジ他購入契約
委員	北海道運輸局
<p>○2者の応札であるが、不落となった業者の入札状況は如何に。</p>	<p>●不落業者との金額差は〇〇円であった。 予定価格設定時の調査及び落札率の高さを併せて考えると、競争は働いていると考える。 ※今後はこれらの点が配布資料からも読み取れるよう改善する。</p>
③	地域の観光資源を活用したプロモーション事業「東アジア国立公園活用誘客プロモーション」(1)メディア招請・映像製作・純広告
委員	北海道運輸局
<p>○6者が競争に参加しているが、参加が多かった要因をどのように考えているか。</p>	<p>●コロナ禍という状況も加味し、海外ではなく、国内のインフルエンサーとしたことから、確保が容易となり、複数の応札に繋がったものと考えている。</p>
<p>○企画競争(企画書審査)であることから、価格は審査の対象とはならないのか。</p>	<p>●企画競争の「説明書」に予算額を示しているが、当プロモーション事業は地域(主に地方自治体)と連携して行っており、国と地域(連携先)で事業費を折半(国の上限は全体の50%まで)していることから、事業者としては概ね当説明書の倍の予算内にて実施可能な企画提案を行うこととなる。</p>
<p>○事業者にとっては、運輸局との契約が決まれば自動的に提携先とも契約を結ぶことになるのか。 提携先の予算確保はどのように行われているのか。</p>	<p>●そのとおり。詳細は各連携先(主に市町村)によるが、基本的に随意契約によることが出来ると聞いている。 当プロモーション事業は連携先が提案したものを運輸局経由で、観光庁から承認を受け、その後企画競争を実施する流れとなっている為、連携先は予め必要な予算を想定している。 運輸局は連携先の予算確保を確認したうえで企画競争を実施する。</p>

④	地域の観光資源を活用したプロモーション事業「Powder SnowHOKKAIDO」(1) WEBセミナー (BtoB) ・商談会 ・純公告
委員	北海道運輸局
○参加事業者が1者のみであるが、競争が働かなかった要因をどのように考えているか。	●セミナー資料作成、商談会等を別々に発注を行うと無駄が生じると考え、3市場(豪州、英国、米国)まとめて発注したところであるが、事業者としては現地との調整に苦慮し、ハードルが上がってしまったのではと推測する。 アジア市場であれば、各地にパイプを持っている業者は多いようだが、今回の3市場をまとめて実施出来る事業者は限られていたようである。
○新型コロナ禍という状況下で、当事業の成果が得られるのであろうか。	●確かに現在の状況下で効果を求めるのは厳しいものがあるが、次シーズン、その先のシーズンに効果が出るよう取り組んでいる。
⑤	令和3年度「訪日グローバルキャンペーン等に対応したコンテンツ造成事業」大雪山国立公園 長期滞在促進のための着地型プログラム造成事業
委員	北海道運輸局
○4者が競争に参加しているが、比較的参加者が多くなった要因をどのように考えているか。	●当事業の内容が、大雪山国立公園地域の魅力的なスポットに付加価値を付け発信するものであり、これは旅行ツアーの延長とも考えられ、旅行会社にとってはノウハウを利用しやすかったのではないかと考えられる。 実際、他の参加事業者も旅行会社であった。
○このような事業では、対象地域に精通している事業者が参加してくるのか。	●契約先となったのは東京の事業者であることから、事前に多くの情報を持っていたとは考えにくく、おそらく当事業に向け新たに情報収集を行い、それらに持っていたノウハウを結びつけたものと思われる。
○企画書審査の結果(採点)によると、審査員6名のうち、2名が契約事業者に最高点を付けていないが、これは各審査員が真摯に採点していることの表れでもあり、これはこれで競争性、公平性が保たれているものと考えられる。	
○当企画の地域に大雪山(上川町/層雲峡)地域が選ばれた理由は如何に。他にも中継地点となっている地域がある中で何故選ばれたのか。	●「訪日グローバルキャンペーン」というテーマについて、各地域が企画作成し、観光庁へ提案(応募)する方式であり、本件では北大雪地域の提案内容が観光庁に認められた形となる。 また、「長期滞在促進」といった内容は地域独自で発案したものであり、このあたりの具体性が評価されたものと思慮する。

○当企画に対する応募数はどの程度か。	●北海道からは3件であった。
○企画書審査基準の各項目（具体性、独自性等）について、実際どのように評価しているか。	●例えば「具体性」を評価する際、通常では仕様書の各項目に対（応答形式）となるように提案されるのが一般的であるが、仕様書には無い新たな項目や付加価値を付けた提案、包括的な提案、これらに裏付けがあり、当局の発想、想定を上回るようなものであれば、評価は高くなる。