

## 独立行政法人国際観光振興機構 契約監視委員会 平成29年度(第2回)議事概要

開催日	平成30年2月8日(木)	
場所	独立行政法人国際観光振興機構本部会議室	
出席委員氏名	委員長 多田均 (国際観光振興機構監事)	
	委員 今井和男 (弁護士)	
	委員 杉本賢司 (公認会計士、税理士)	
	委員 西村幸夫 (東京大学教授)	
	委員 廻洋子 (敬愛大学特任教授)	
	委員 大塚美智子(国際観光振興機構監事)	
審査対象期間	平成29年4月1日 ~ 平成29年9月30日	
抽出案件	3 件	(備考)
(内訳)		契約件名:
一般競争入札	0 件	契約相手方: (別紙のとおり)
指名競争入札	0 件	契約金額:
随意契約	3 件	契約締結日:
委員からの意見・質問、 それに対する回答等	意見・質問	回答
	(別紙のとおり)	(別紙のとおり)
委員会による意見の具 申又は勧告の内容	(別紙のとおり)	
議題1. 訪日外国人旅行者数及び平成30年度予算等について		
別紙のとおり		
議題2. 平成29年4月1日から平成29年9月30日までの契約状況等について		
別紙のとおり		
議題3. 公益法人に対する支出の点検・見直しについて		
別紙のとおり		

## 議題1. 訪日外国人旅行者数及び平成30年度予算等について

報告内容	・2,869万人を記録した2017年訪日外国人旅行者数の状況や、平成30年度運営費交付金予算等について報告。	
委員からの意見・質問、それに対する回答等	意見・質問	回答
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・アジア偏重から欧米豪重視への方向性は。</li> <li>・訪韓中国人落ち込みの影響はどうか。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・消費額の多い欧米豪へ、特にドイツ・フランス・英国、米国・カナダ・豪州を中心に日本独自の体験を訴求し、旅行目的地としての認知度を上げていく。</li> <li>・シェア獲得競争が激しいが、中国に対しては沿岸部のリピーター獲得、内陸部の初訪日層の獲得の両輪で進めていく。</li> </ul>
委員会による意見の具申又は勧告の内容	・特になし	

## 議題2. 平成29年4月1日から平成29年9月30日までの契約状況等について【契約状況全般】

委員からの意見・質問、それに対する回答等	意見・質問	回答
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・2件の指名停止について、理由と指名停止期間の根拠は。</li> <li>・海外随契について、落札率がほぼ100%となっている理由は。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・1件目は訪日旅行データハンドブック制作業務の一般競争入札による落札後、仕様を十分に確認しないまま入札したために履行不可能となったケース。正当な理由なく契約不履行と成ったため、国交省その他省庁の事例に倣い、3カ月の指名停止とした。2件目は労働基準法違反により起訴された企業。国交省が指名停止したのに合わせ、1カ月間の指名停止とした。</li> <li>・仕様書に基づき複数者から見積りを入手し、安価な見積りを提出した者と契約する。見積りの内容を精査し、仕様を満たすもののうち最低価格を示すものを予定価格と認めるため、結果的に契約額と予定価格は同額となる。</li> </ul>
委員会による意見の具申又は勧告の内容	・特になし	

【抽出事案1】随意契約(企画競争方式)		
【契約件名】英語グローバルウェブサイト・再構築事業	【契約相手方】有限会社ファンキー・コープ	
【契約金額】194,747,652円	【契約締結日】平成29年8月18日	
委員からの意見・質問、 それに対する回答等	意見・質問	回答
	①企画競争を実施した結果、有限会社ファンキー・コープの企画提案を採用しているが、採用した理由は何か。	①「業務内容の理解度」「提案内容の独創性」「提案内容の的確性」「業務遂行の確実性」について審査した結果、「カントリーブランドランキング」に準拠したコンテンツのあり方を目指すという業務内容の理解度、「観光の国際競争ランキング」の評価基準のカテゴリを使ったコンテンツ分析を行うという着眼点に見られる提案内容の独創性、今後のあるべきコンテンツ管理を念頭に置いたCMS(コンテンツ・マネジメント・システム)の選択といった提案内容の的確性、具体的な作業工程の提示といった業務確実性の提示等、採点要素となる4項目全てにおいて最高点を獲得した。
	②英語グローバルウェブサイトの再構築にあたり、どのような現状認識のもとで、何が課題だと考え、どのような対策を講じようと考えているのか。	②英語グローバルウェブサイトのデザインやコンテンツの質(文章の書きぶり、英語品質、画像のクオリティ等)について改善すべきという外部有識者からの提言を受け、現在のウェブサイトをリニューアルするのではなく、一から抜本的に作り直すべきであるという結論となり、当事業の実施に至った。
	③内容の見直し(レストランや駐車場等の情報充実)や更新のサイクル(1年毎、季節毎など)は検討しているのか。	③ウェブサイト公開後のフォローとして、ウェブサイト解析ツールの活用によるユーザー利便性の確認(ユーザーのウェブサイト滞在時間、閲覧ページ数等)や外部有識者等へのヒヤリング等、定量的・定性的分析を定期的に行うことにより、継続的なコンテンツの拡充や機能改善等を進めていく予定。
	④落札事業者の財務状況確認はどのように行っているか。	④国が審査する全省庁統一競争参加資格を有していることを企画競争参加の条件としており、当該資格を有していることで財務状況は担保されていると考える。
⑤履行の確実性の担保はどのように確認するのか。	⑤作業を複数の工程に分け、それぞれに期限を設け、各段階で内容を確認しながら作業を進めている。	
委員会による意見の具申又は勧告の内容	・特になし。	

【抽出事案2】随意契約(企画競争方式)	
【契約件名】 平成29年度欧州における訪日旅行ブランディング事業	【契約相手方】株式会社ENJIN
【契約金額】277,000,000円	【契約締結日】平成29年5月31日
	意見・質問
回答	
委員からの意見・質問、 それに対する回答等	<p>①本事業を実施しようとした背景や経緯、目的はどのようなものか。</p> <p>②企画競争を実施した結果、株式会社ENJINの企画提案を採用しているが、採用した理由は何か。</p> <p>③欧州の国(市場)ごとに成熟度やターゲットの特性があると思うが、本事業において「ブランディング」をどのように行おうと考えているのか。</p> <p>④本事業における「ブランディング」は、他の事業の実施においても整合性をとって行われているのか。</p> <p>⑤「ブランディング」はPDCAサイクルを回しながら継続的に行う必要があると思うが、成果の把握は行うのか。また、今後のブランディング事業の取組方針はどのようなことを考えているのか。</p>
委員会による意見の具申又は勧告の内容	・特になし。

①各種調査により、欧州の一般消費者が日本の一番の魅力と考える「伝統とモダンのコントラスト」と判明。この調査結果を基に、訪日旅行の認知・関心の向上を目的として複数年にわたり統一コンセプトに基づく広告宣伝を展開し強く印象付け、欧州において「旅行先として選ばれる」訪日旅行ブランドを確立するため、欧州市場において事業ごとにばらばらに作成していた各種クリエイティブを平成28年度より統一。当事業はその第2弾として、一方的に発信する広告事業だけでなく、消費者が自ら拡散してくれる「楽しめる」体験型のキャンペーンを実施した。欧州横断で事業を行うことにより、個別の市場予算では実現できない大規模な統一キャンペーンを実施することが可能となった。

②事業者選定にあたっては、応募4社の企画提案について「業務内容の理解度」「提案内容の独創性」「提案内容の的確性」「業務遂行の確実性」を審査した結果、インタラクティブ広告の提案が最も独創的で拡散が期待できる内容であったこと、オンラインキャンペーンとの連動も分かりやすい等の点を評価し特定した。

③欧州においてはいずれの国でも日本を旅行目的地として浸透させていく段階にある。国ごとの単位で個別に事業を進めるのではなく、統一的なブランドを確立しより効果的に進めていくべきと考える。そのなかで国ごとの特徴を捉え、欧州横断的なブランディングと、各市場の特色を踏まえた個別の事業の展開等を役割分担していく。

④本事業以外でも、欧州各国における事業(オンライン広告、屋外広告、エアラインとの共同広告、見本市ブースデザイン等)では同じクリエイティブをメインビジュアルとして活用している。

⑤事業の成果については、前年度同様、別事業にて効果検証を行い、より効果的なブランディングのために引き続き役立てていく予定。

【抽出事案3】随意契約(企画競争方式)		
【契約件名】 米国における広告宣伝及び共同広告等実施事業	【契約相手方】Project M, Inc.	
【契約金額】136,185,200円(≒\$1,228,000)	【契約締結日】平成29年4月18日	
委員からの意見・質問、 それに対する回答等	意見・質問	回答
	①本事業は、具体的にどのようなことを行ったのか。	①一般消費者向け「認知度向上と興味醸成のためのプロモーション」として有力オンライン媒体等でのプロモーションを展開(自然・アドベンチャー、食などをテーマに、地方誘客も企図した記事広告やバナー広告等)、「旅行会社との共同PR・OTAを活用したプロモーション」として旅行会社との共同広告や有力OTAサイトでの訪日旅行専用ページ販促プロモーションを実施、旅行業界向け「販売促進の支援」としてニュースレター発信や業界誌への広告記事掲載等を実施した。
	②本事業は、どのような目的をもち、その目的に見合った適切な手段(事業内容)となっているか。	②米国における訪日旅行の認知あるいは消費行動の底上げを目的としており、一般消費者及び旅行業界向けの両面での効果を狙ったものであり、事業の範囲としてこれらをカバーしたような内容となっていることから、目的に合致した手段であると考えます。
	③企画競争の結果、1者応札となっているが、その要因は何か。	③企画競争説明書を受領したものの応札しなかった事業者(計3社)に対し任意のアンケートを実施したところ、「企画提案書の提出期限に余裕がなかった」、「履行期間・期限に余裕がなかった」との回答を得た。
	④1者応札を改善するための工夫は検討しているか。	④同様の調達に際し、アンケートの結果を基に、事業のボリューム、金額、時期など事業実施内容と、公示及び履行スケジュールを十分に検討する等の改善策を講じていく。
⑤海外契約において、事業者の信頼性・財務状況はどのように判断しているか。	⑤各事務所において、企画提案における見積書の妥当性や実施体制、履行スケジュール等を、過去の実績等を勘案して個別に判断。	
委員会による意見の具申又は勧告の内容	・特になし。	

議題3. 「公益法人に対する支出の点検・見直し」について

<p>契約監視委員会において審議することとなった経緯</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・平成24年6月に政府行政改革実行本部より各府省に対し、公益法人に対する支出の公表・点検方針が示された。</li> <li>・この中で、各府省は、所管する独立行政法人に対して、独立行政法人から公益法人に対する支出(契約に基づくもの、基かないもの)についても毎年度点検、見直しを行うように求められた。</li> <li>・このため、国土交通省より当機構に対して、公益法人に対する支出について点検・見直しを行うよう求められた。</li> <li>・この要請の中で、前年度において同一又は類似の内容で同一府省から支出されているものの点検・見直しの方法として、「契約監視委員会」による審議を求められたもの。</li> </ul>
<p>審議における観点</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>①支出そのものについての必要性があるか。</li> <li>②支出が必要であっても、競争性を高めるなどにより効率的・効果的な支出とできないか。</li> </ul>
<p>【契約件名①】平成29年度「台湾訪日旅行マーケティング事業」</p>	
<p>【契約相手方】公益財団法人日本台湾交流協会</p>	
<p>【契約金額】9,987,486円</p>	<p>契約締結日：平成29年4月1日</p>
<p>審議概要</p>	<p>・ 特になし</p>
<p>【契約件名②】ICCA AMP 2017 Japan night 開催支援</p>	
<p>【契約相手方】公益財団法人福岡観光コンベンションビューロー</p>	
<p>【契約金額】3,552,464円</p>	<p>契約締結日：平成29年6月16日</p>
<p>審議概要</p>	<p>・ 特になし</p>