

独立行政法人国際観光振興機構 契約監視委員会 2019年度(第2回)議事概要

開催日	2020年2月7日(金)	
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 戸田次郎(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 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	2019年4月1日 ~ 2020年9月30日	
抽出案件	4 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	4 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令和2年度予算等について		
別紙のとおり		
議題2. 2019年4月1日から2019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令和2年度予算等について

報告内容	・3,188万人を記録した2019年訪日外国人旅行者数の状況や令和2年度運営費交付金の概算決定額について報告。	
委員からの意見・質問、 それに対する回答等	意見・質問	回答
	①東京オリパラの開催に際し、宿泊施設の不足懸念に対するJNTOの認識如何。 ②当委員会開催時点での新型コロナウイルスの影響をJNTOではどう捉えているか。	①都心部の宿泊施設の不足懸念への対策として、新幹線の利用を前提に広域首都圏での宿泊について積極的に情報発信を行っている。また、東京オリパラ開催地区、開催時期以外の訪日需要の創出に注力している。 ②影響を予測することは困難であるが、決して楽観視はできない。現時点では、日本の対策等について正確な情報発信が重要である。また、終息時期を念頭に置きつつ、他の競合国に後れをとらないようしっかり準備を進める必要があると認識している。
委員会による意見の具申又は勧告の内容	・特になし	

議題2. 2019年4月1日から2019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
	・特になし	—
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】 2019年度MICEブランドコンセプト浸透の為のグローバルキャンペーン事業	【契約相手方】株式会社博報堂	
【契約金額】134,996,850円	【契約締結日】2019年4月22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>①MICEにおけるグローバルキャンペーンとはどのようなものか(目標、ターゲット層、計画等)。</p> <p>②契約金額が大きいですが、本事業ではどのような取り組みを行い、内容(契約の中身)は具体的にどのようなものとなっているのか。</p> <p>③過去にも同様の事業を行っていたようだが、過去との比較をお願いしたい。</p> <p>④国際会議誘致・開催貢献賞はまだ終了していないようだが、当該案件に限らず、未完了の事業を契約監視委員会の議題に上げることは適切なのか検討頂きたい。</p>	<p>①目標は、国内・海外での日本のMICEブランド認知度を5ポイントアップさせること。ターゲット層は、1.国際会議に携わる海外の方々、2.国際会議に携わる国内の方々、3.ミーティングプランナー、4.国内ステークホルダーの4つ。</p> <p>②契約の内容としては、1.日本のMICE認知度向上を図るため等の広告展開、2.取材・撮影経費、3.Japan Best Incentive Travel Awardsの実施、4.国際会議誘致・開催貢献賞の表彰、5.事業の効果検証や市場調査の実施の5点。</p> <p>③前回は、本格的なMICEブランド認知度向上キャンペーンを開始するためのコミュニケーション戦略策定や素材作成であった。</p> <p>④当委員会は、契約手続の客観性、透明性及び公正性を審査する場であり、契約締結後の事業自体の結果を審査する場ではないものの、次回の契約案件抽出に際しては、事業が終わっているか否かを表示することを検討してまいりたい。</p>
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】 グローバルキャンペーン広告宣伝事業	【契約相手方】株式会社JTBコミュニケーションデザイン
【契約金額】667,985,450円	【契約締結日】2019年8月29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企画競争の結果、4者の企画提案の中から株式会社JTBコミュニケーションデザインの企画提案を採用しているが、審査の内容はどのようになっているのか。(他者の企画提案を不採用とした理由も含めて、選考プロセスはどうなっているのか。どのような論点で事業者が選ばれたのか。)</p> <p>②契約金額が大きい、グローバルキャンペーンの目的や内容を含め、契約額の内訳はどのようになっているのか。</p> <p>③契約金額が大きい、投入コストに対する効果についてもしっかり検証していくことが重要である。KPIの設定についても、コスト対効果の最大化を図る上でも適切な水準での設定を期待したい。</p>	<p>①企画審査は、4名の審査員で実施し、潜在層の訪日興味を引き上げるために媒体を「デジタルマーケティング市場でのメディア連携の最適化」「リーチ拡大」「パッションとの親和性」の目的別に精緻に選定していたこと、また、選定した媒体が効果的な運用となるよう、「広告の接触回数のコントロール」「リマーケティング」「運用中の費用対効果を見極めた配信最適化」「各国の適正価格をベースにした予算配分・運用」としていたことから決定された。一方で、不採用となった提案は、広告媒体の種類や配信プランが限定的であり、特定事業者と比較して広告効果が薄いことが懸念されたため、非特定となった。</p> <p>②グローバルキャンペーンは、2018年2月より、欧米豪の潜在層に対して各人の興味関心に訴えかけて訪日のきっかけを作ることを目的とし実施している。契約内容は、2つあり、1つは40市場で展開しているオンライン広告で6億3,000万円、もう1つは欧米豪を中心とした7航空会社の機内広告で3,800万円となっている。金額は大きいオンライン広告であれば一番金額の大きい広告媒体のオンライン広告事業を市場数等で単純割すると1市場当たり約450万円、機内広告であれば1社あたり500万円の契約となっている。なお、これらはもちろん単純割であり、実際は、人口や経済規模等を加味して、濃淡をつけている。</p> <p>③グローバルキャンペーンの実施以降、欧米豪の訪日客数が二桁増となっていることから一定の成果は得られていると考えているが、金額も大きいことから別途調査事業を実施して本キャンペーンの効果を客観的に把握し、今後の戦略策定や実施事業に繋げていくこととしている。</p>
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3】随意契約(企画競争方式)		
【契約件名】 2019年度タイ・バンコクにおける東北トップセールスと連携した一般消費者向け東北PRイベントによる東北地域の訪日プロモーション事業	【契約相手方】株式会社ジェイアール東日本企画	
【契約金額】40,000,000円	【契約締結日】2019年6月10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
	<p>①東北復興と絡めどういった事業(目的、ターゲット層、計画等)を行っているのか。</p> <p>②契約金額が大きいですが、契約額の内訳はどのようになっている、どのようなプロモーションを行っているのか。</p>	<p>①東北復興事業は、東北観光アドバイザー会議提言に基づき、東北の観光復興を効果的に推進するため、東北地域のニーズ及び市場特性に応じたプロモーションを通じて、東北地域への訪日旅行者数の増加と旅行消費の拡大推進を図ることを目的としている。今回の事業は、タイの一般消費者を対象とした東北PRイベントを実施し、タイ市場からの東北地域への訪日旅行者数の増加を図ることを目的とし、タイ・バンコク首都圏在住高・中所得リピーター層及び未訪日層をターゲット層とした。</p> <p>②契約額の内訳としては、会場費、ブース設営等々、イベント運営関連費に1,171万円、広告宣伝関連費に約1,407万円、アンケート・輸送関連その他人件費等々合わせて約1,422万円であり、内容としては、東北地方の自治体・DMO・民間企業のブース出展・特設ステージでのパフォーマンスによる観光魅力の発信や、タイ現地旅行会社・航空会社のブース出展による東北関連旅行商品の販売等を行った。</p>
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4】随意契約(企画競争方式)

<p>【契約件名】 欧州(オランダ・北欧等)・中東市場における旅行見本市出展および広告等事業</p>	<p>【契約相手方】 Claritas Marketing Ltd.</p>
<p>【契約金額】 105,709,434円 (GBP 727,675.60)</p>	<p>【契約締結日】 2019年8月9日</p>

	意見・質問	回答
<p>委員からの意見・質問、それに対する回答等</p>	<p>①ロンドン事務所において中東市場をはじめとした新しいマーケットへどのようなアプローチ(どのようなゴールを目指し、そのゴールに向けてどういった計画を立てているのか)を行っているのか。</p> <p>②契約金額が大きいですが、契約額の内訳はどのようになっている、どのようなプロモーションを行っているのか。</p> <p>③今回の契約は様々な国が対象となっているが、その対象を的確に捉えた事業者が特定されたという理解で良いか。</p>	<p>①ロンドン事務所は、重点市場の英国に加えオランダ、中東、また北欧等の市場を管轄しており、これら8か国で訪日旅行者数の増加を図ることを目的に、旅行見本市出展および広告等事業を実施している。特に準重点市場であるオランダにおいては現地レップを設置し、市場情報の収集と情報発信を実施し、プロモーションを深化させることとしている。</p> <p>②契約額の内訳としては、1. デンマーク、オランダ、ノルウェー、フィンランド、アイルランド、トルコ、イスラエルにおける旅行見本市出展に約3239万円、2. オランダ市場における市場動向調査・情報発信および広告事業に約4999万円、3. 中東市場におけるセミナーおよび広告事業に約404万円、4. 北欧市場における広告事業に約1928万円となっている。</p> <p>内容としては、ロンドン事務所が管轄している英国以外の全8か国における15事業となっていて、現地旅行博への出展やウェブサイト・各種広告を使った現地語での情報発信を強化し日本の認知度拡大を行っている。なお、オランダではレップを置き市場状況の調査も行っている。また、中東市場においては、イスラエルにおいて訪日セミナーの実施やトルコ語のウェブサイト設置等、北欧事業では、最大市場のスウェーデンにおける広告事業や北欧から日本への直行便運航会社と組んだ共同広告事業等を行っている。</p> <p>③然り。各市場性を踏まえた上での提案がなされたというところが高く評価され、また多岐にわたる事業を行うため、事業の実施体制がしっかりしていたということも選定の大きなポイントになったと考えている。</p>

<p>委員会による意見の具申又は勧告の内容</p>	<p>・特になし。</p>
---------------------------	---------------

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>	<p>・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。 ・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、基づかないもの)についても毎年度点検、見直しを行うように求められた。 ・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。</p>	
<p>審議における観点</p>	<p>①支出そのものについての必要性があるか。 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。</p>	
<p>【契約件名】2019年度アジア市場におけるスノーリゾートの魅力を活用した訪日プロモーション事業</p>		<p>【契約相手方】公益財団法人日本交通公社</p>
<p>【契約金額】49,933,300円</p>		<p>【契約締結日】2019年7月29日</p>
<p>審議概要</p>	<p>本件は、4者による企画競争を実施し、結果として公益法人が特定されたものであるため、特に見直しの対象となるものではない。</p>	
<p>【その他全体を通しての委員からの意見・質問等】</p>		
<p>委員からの意見・質問、それに対する回答等</p>	<p>意見・質問</p>	<p>回答</p>
	<p>JNTOは、業務特性から企画競争方式による契約のウェイトが非常に高く、プロモーションの質的向上を図る上では事業者の提案の質を高め、高いレベルで競争する環境を整えていく必要があるのではないか。</p>	<p>ご指摘の点は、非常に重要であるため、内部で検討して参りたい。</p>
<p>委員会による意見の具申又は勧告の内容</p>	<p>・特になし。</p>	