

独立行政法人国際観光振興機構 契約監視委員会 平成30年度(第1回)議事概要

開催日	平成30年6月18日(月)	
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 (芸術工学研究機構 機構長)	
	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10月1日 ~ 平成30年3月31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. 平成29年10月1日から平成30年3月31日までの契約状況等について		
別紙のとおり		
議題2. 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3. 平成29年度調達等合理化計画に対する自己評価及び 平成30年度国際観光振興機構調達等合理化計画の点検		
別紙のとおり		

(別紙)

議題1. 平成29年10月1日から平成30年3月31日までの契約状況等について		
報告内容	・本部契約と海外契約それぞれについて、平成29年10月1日から平成30年3月31日までにおける契約方式別の件数及び金額などの契約状況を報告。	
委員からの意見・質問、 それに対する回答等	意見・質問	回答
	・特になし	・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】 平成29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】株式会社電通
---	---------------

【契約金額】234,759,595円	【契約締結日】平成29年10月17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事業の内容は具体的にはどのようなものか。</p> <p>②企画競争を実施した結果、株式会社電通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他の企画提案と比べて、電通の企画提案のどのような点が優れていたのか。</p> <p>④国際団体との連携が提案されているが、提案の実現可能性はどうだったのか。</p>	<p>①平成26年度にMICEブランドを構築しているものの、ブランドコンセプトを活用したキャンペーン展開が不十分であり浸透しきれていないことから、ウェブサイトを更新し、デジタル媒体を使った広告や国際団体との連携など、あらゆる機会を捉えて、日本のMICEブランドコンセプトへの理解を高めることにより、国内外における日本のMICEブランドの普及・浸透を図ることを目的としたプロモーションである。</p> <p>②企画提案のあった4社の中から、以下の要因から株式会社電通に決定した。 ・関係者ヒアリングによる課題抽出、仮説の設定・検証、プロセスの作業手順等が具体的かつ合理的に説明されており、事業遂行の確実性が高いと見込まれた。 ・ICCA, MPI, ASAE, MCI等、多くの団体との連携の提案があり具体性があった。 ・ウェブサイトの刷新について、Key Factorの新設の提案が良く、見やすく使いやすいデザイン展開であった。</p> <p>③観光プロモーションではなくMICE業界のビジネス性を最も理解された提案内容であった点や、MICEIにおいて効果がありそうなデザインの提案があった点である。</p> <p>④実際に国際団体と連携する際は、実施時期などを調整する必要があり、提案内容から実現可能なものを選択して実施した。</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2】随意契約(企画競争方式)

<p>【契約件名】 平成29年度 訪日無関心層をターゲットにした訪日グローバル・キャンペーンにおけるテレビ広告等メディアミックス事業</p>	<p>【契約相手方】株式会社マツキャンエリクソン</p>
<p>【契約金額】889,227,123円</p>	<p>【契約締結日】平成30年2月13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事業の内容は具体的にはどのようなものか。</p> <p>②企画競争を実施した結果、株式会社マツキャンエリクソンの企画提案を採用しているが、採用した理由は何か。</p> <p>③29年度において、「訪日無関心層をターゲットにした訪日グローバル・キャンペーン」は、(審議案件のほかに、) 広告宣伝事業やデジタル広告宣伝事業も行われているが、これらの事業はどのような関係性なのか。</p> <p>④これらの事業は、全て同一の者(マツキャンエリクソン)と契約しているが、原契約(平成29年6月契約)を受注することで他の案件を受注できるような偏った企画提案内容となっていないか。</p> <p>⑤上記3件(テレビ広告等メディアミックス事業、広告宣伝事業及びデジタル広告宣伝事業)は、平成30年1~2月頃に同一者との契約となっているが、企画競争を3件に分割する必要はあったのか。また、短期間に契約総額が約11億円となる大きな事業であるが、受注者の体制等に問題はなかったのか。</p>	<p>①平成28年度「日本の観光ブランドイメージ確立に向けたコンセプト構築事業」(観光庁事業)で策定した「コアコンセプト」に基づき、欧米豪の外国旅行には積極的であるにも関わらず訪日旅行に関心が無い層に対して、従来発信してこなかったものを含め多様な日本のアクティビティ体験の魅力を中心に発信する「訪日グローバル・キャンペーン」を展開している。 本契約においては、同キャンペーンの動画によるTVCM放映を行った。</p> <p>②同社の提案は、様々な媒体を組み合わせて提案しており、CMの放映本数も多く、幅広い層にリーチできることが審査員から高く評価された。</p> <p>③本事業と同時期に別契約にてオンライン広告も展開することで、対象国での露出を拡大し、ターゲットが広告を複数回目にすることを目指した。 その結果、JNTOが別途実施した効果検証調査(アンケート調査)によると、キャンペーンロゴの認知度は約30%、キャンペーン動画広告を認知した訪日無関心層の約90%で、日本・訪日旅行に関してポジティブな態度変容が見られた。</p> <p>④適切な提案をしていただくためには、もととなる「訪日グローバル・キャンペーン」についての一定の知識を持っていることが必要である。そのため、企画競争の実施においては全ての者が平等に応札できるよう、キャンペーンコンセプトやコンセプト決定のための事前調査で明らかになった項目等を企画競争説明書に添付し、情報提供を行った。</p> <p>⑤委託先であるマツキャンエリクソンは本キャンペーンの対象国にグループ会社があるため、事業の実施にあたっては海外各社との連携を行うこと、また日本の担当者も増強されたことで、体制の不備等はなかった。</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>
---------------------------	---------------

【抽出事案3】随意契約(企画競争方式)

【契約件名】 中国における旅行会社等との共同プロモーション及び 訪日クルーズ振興事業	【契約相手方】株式会社博報堂
--	----------------

【契約金額】68,637,107円 (4,459,851 CNY)	【契約締結日】平成30年2月6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	①企画競争を実施した結果、株式会社博報堂の企画提案を採用しているが、採用した理由は何か。	①株式会社博報堂の企画が評価項目の「業務内容の理解度」「提案内容の的確性」「業務遂行の確実性」において、他の3社との比較で高い評価となったため、同社を特定した。 特に、クルーズパンフレットの制作について、寄港地の観光情報等が豊富で的確に提案されている点、共同広告で連携するOTA(Online Travel Agent)の選定にあたっては、販売を想定する旅行商品が具体的で、かつ、出稿プランが提案されており、業務遂行の確実性が認められる点、さらにウェブ広告の出稿においても、単純なウェブサイトへの誘引施策に留まらず、拡散させる情報の2つのテーマのうちの1つである「親子」に特化したメディアを活用する提案がなされており、より確実なターゲティングのもと訪日情報の露出が期待できる点など、総じて他社と比較して、具体的かつ的確な提案であったことが採用のポイントとなった。
	②博報堂以外の競争参加者はどのような企業だったのか。	②上海旭通广告有限公司、北京電通广告有限公司上海分公司、大広(中国)广告有限公司。 いずれも日系広告代理店の中国法人である。
	③海外事務所契約については、現地企業との契約が一般的だと思われるが、この事業についてはなぜ日本の企業との契約になったのか。	③審査の結果、株式会社博報堂の企画が評価され、特定されたものである。 また、本事業内容の性質上、事業遂行において日本企業であることによる支障はなかった。
	④企画競争を行う上で、現地企業と日本企業でハンデはなかったのか。	④企画提案を審査する際は社名は伏せており、また、今回は企画提案書のプレゼンテーションを行う場は設けなかったため、現地企業か日本企業かによるハンデはなかったと考えている。
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. 公益法人に対する支出の点検・見直しについて	
契約監視委員会において審議することとなった経緯	<ul style="list-style-type: none"> 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。 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。
審議における観点	<ul style="list-style-type: none"> 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。
審議概要	(該当なし)

議題3. 平成29年度調達等合理化計画に対する自己評価及び平成30年度国際観光振興機構調達等合理化計画の点検		
報告内容	<ul style="list-style-type: none"> 本計画は、「独立行政法人改革等に関する基本的な方針」(平成25年12月24日閣議決定)において、「現行の随意契約見直し計画の枠組みや契約実績の公表について見直しを行い、調達に関する新たなルールを策定する」とされたことに基づき、各法人が公正性・透明性を確保しつつ合理的な調達を促進できるよう、制定するものである。 また、「独立行政法人における調達等合理化の取組の推進について」(平成27年5月25日総務大臣決定)において、「契約監視委員会は、調達等合理化計画の策定及び自己評価の際の点検を行う」とあるため、平成29年度の調達等合理化計画の自己評価と、その評価を踏まえて策定した平成30年度の調達等合理化計画について審議するものである。 	
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"> ①平成29年度調達等合理化計画の評価のうち一者応募の見直しに関して、応募しなかった理由の中で「公示期間に余裕がなかった」等の理由が増えた理由は29年度補正予算の早期執行との説明であったが、予算を翌年度に繰り越すことはできなかったのか。 ②一般競争入札で行った「JNTO次期インターネットインフラの調達および運用(再度公告入札)」について、1者応募となった経緯を教えていただきたい。 	<ul style="list-style-type: none"> ①29年度は当機構の第3期中期計画期間の最終年度であり、原則、予算を翌年度に繰り越すことができない仕組みとなっている。 ②契約件名に「再度公告入札」とあるように、初回の入札では入札額が予定価格を下回らず、再度の入札を行っても落札者がいなかったため不落となった。その後、あらためて市場価格の調査を行い、新たな予定価格を設定した上で再度公告し、入札を行ったところ、結果的に応募した者は1者だけであった。
委員会による意見の具申又は勧告の内容	・特になし	