

平成 30 年 6 月 1 日
環 境 省
中国四国地方環境事務所

**民間競争入札実施事業
大山隠岐国立公園大山寺及び柗水高原集団施設地区公園施設維持管理、
情報提供等業務の実施状況について（案）**

1. 事業概要

（1）委託業務内容

大山隠岐国立公園大山寺及び柗水高原集団施設地区公園施設維持管理、情報提供等業務

（2）業務委託期間

平成 29 年 4 月 1 日から平成 31 年 3 月 31 日（2 年間）

1 期目：平成 22 年 7 月 1 日から平成 25 年 6 月 30 日までの 3 か年

2 期目：平成 25 年 7 月 1 日から平成 28 年 6 月 30 日までの 3 か年

3 期目：平成 28 年 7 月 1 日から平成 29 年 3 月 31 日までの 9 か月

（3）受託事業者

一般財団法人 自然公園財団 鳥取支部

（4）受託事業者決定の経緯

平成 28 年 12 月 14 日に入札公告を行い、平成 29 年 2 月 13 日の入札説明会には 1 者が参加した。入札参加者（1 者）から提出された企画書について、審議した結果、評価基準を満たしていた。平成 29 年 3 月 10 日に開札した結果、予定価格の範囲内であったことから、総合評価を行い、上記事業者が落札者となった。

2. 確保されるべき質の達成状況及び評価

（1）確保すべき質

以下に示す個別業務の質を確保すること。

(1) 大山情報館の管理運営業務

ア 保守管理

業務仕様書に従い、適正な業務を履行すること。

イ 清潔・安全の維持

利用者の視点において、清潔・安全な状態を維持すること。

利用者に対するアンケートを行い、「満足」「やや満足」の割合がおおむね 6 割以上であること。6 割未満となる場合は清掃・点検の作業手順や重点箇所、頻度、施設内の器具の配置等利用者の意見の多い事案を見直すこと。

ウ 情報提供

国立公園の利用に必要な情報を、利用者の需要に応じて正確に提供すること。利用者に対するアンケートを行い、必要な自然情報について「入手できた」の割合がおおむね6割以上であること。6割未満となる場合には情報提供のあり方を検討し必要に応じて改善を行うこと。

エ 本業務の範囲内において、明らかな業務の不備や重大な過失に起因する、展示物及び設備・備品の損傷・遺失並びに大山情報館の敷地内における利用者のけがの発生件数が0回であること。

オ 保守管理及び情報提供についての利用者からのクレームのうち、明らかに業務の不備が認められるものが、年間5件を上回らないこと。

(2) 野営場管理運営業務（豪円山野営場及び下山野営場（以下「野営場」という。））

ア 保守管理

業務仕様書に従い、適正な業務を履行すること。

イ 職員対応、清掃

利用者に対して、清潔・安全な状態を維持していること。

利用者に対するアンケートを行い、野営場のスタッフの対応及び野営場内の清掃について「満足」「やや満足」の割合がおおむね6割以上であること。6割未満となる場合には、清掃・点検の作業手順や重点箇所、頻度、施設内の器具の配置等利用者の意見の多い事案を見直すこと。

ウ 物品の提供

野営場利用者に対して必要な物品を提供すること。利用者に対するアンケートにおいて、提供する物品に関する類似の意見・要望の記載が5割以上あった場合は、物品提供のあり方について検討し、必要に応じて改善を行うこと。

エ 本業務の範囲内において、明らかな業務の不備や重大な過失に起因する、設備・備品の損傷・遺失並びに野営場の敷地内における利用者のけがの発生件数が0回であること。

オ 保守管理及び運営についての利用者からのクレームのうち、明らかに業務の不備が認められるものが、5件を上回らないこと。

(3) 公衆便所等保守管理業務

下山公衆便所及び榊水高原公衆便所、下山駐車場及び榊水高原駐車場（以下「公衆便所等」という。）について、業務仕様書に従い、適正な業務を履行すること。

(2) 評価

受託事業者から提出された業務日報等から、大山情報館の運営管理業務及び野営場管理運営業務並びに公衆便所等の保守管理業務のいずれも、業務仕様書に従って、適正な業務が履行されている。

ア 大山情報館の管理運営業務については、大山情報館を保守管理すると共に、国立公園の利用者に対して、安心・安全で快適な空間の提供、利用者の多様なニーズに応じ、適時に正確な情報が発信されており、サービスの向上が図られている。

イ 野営場及び公衆便所等の管理運營業務についても、野営場等の利用受付、利用者に必要な物品を提供することなども適切に実施されており、施設の保守や清潔さを十分確保している。

ウ 利用者に対するアンケート調査の結果からも、施設等の快適性について「満足」「やや満足」等の割合は、概ね60%以上を確保しており、利用者の事故は発生しておらず、利用者からのクレームもない。

以上から、いずれの項目も確実かつ適切に実施されたと認められ、概ね良好と評価できることから、達成すべき質であると評価できる。

《利用者のアンケート調査結果》

1. アンケート回収数と回収率の実績

管理運營業務	回収目標	平成25年	平成26年	平成27年	平成28年	平成29年
大山情報館（通年）	600件	457件	553件	323件	342件	348件
	回収率	76.1%	92.1%	53.8%	57%	58%
野営場（7・8月限定）	利用件数の70%以上	99件	73件	101件	93件	100件
利用者総数		3,232人	1,284人	2,426人	3,596人	2,994人
個人・家族・団体等のグループ数		386件	353件	324件	396件	396件
	回収率	25.6%	20.6%	31.2%	23.5%	25.2%

*平成29年度から、英語表記によるアンケートを実施。外国人利用者からの回収数が増加した。

*野営場に関するアンケート調査は、1家族1枚及び1団体の引率者1名につき1枚でカウント。

2. 平成29年度アンケート結果

	質問項目	満足	やや満足	普通	やや不満	不満	無回答	回答総数
大山情報館	館内の設備について	165	45	69	13	6	50	348
	館内の清掃について	186	49	58	3	19	33	348
	職員対応について	176	45	63	1	12	51	348
	必要な情報収集について	できた	できなかった	内容が不十分				
		121	11	8	—	—	208	348
野営場	質問項目	満足	やや満足	普通	やや不満	不満	無回答	回答総数
	キャンプ場内清掃について	72	24	4	0	0	0	100
	職員対応について	80	13	6	0	0	1	100

3. 利用者からの要望及び意見等に対する対応（アンケート調査結果）

	業務内容	利用者からの要望及び意見等	対応	対応者
大山	保守管理	①自動販売機の飲み物に多様な種類があると良い。 ②雨天時の傘の販売を希望 ③コインロッカー設置を希望	①周辺施設等を案内。今後は自動販売機増設を検討する。 ②傘の貸出を実施。 ③平成29年度の改修工事に伴い設置完了。平成30年度から供用開始予定。	①事業者 ②事業者 ③環境省

情報館	清潔・安全の維持	①平成29年9月～12月の改修工事 で館内トイレが使えない。 ②仮設トイレが汚い。 ③トイレの洗い場が水浸しになっ ている。	①仮設トイレ設置及び周辺公共施設のト イレを案内。 ② 清掃頻度を上げて清掃を徹底。 ③職員が巡回時に、状況を確認して改善。	① 環境省 (案内につ いては事業 者) ② 事業者 ③ 事業者
	情報提供	① 情報提供モニターの音量調整 ②駐車場からスキー場へのアクセ スがわかりにくい。	①館内利用状況に配慮して調整。 ②大山観光局へ情報共有。館内掲示板に て情報提供した。	① 事業者 ② 事業者
野営場	保守管理	草刈りをして欲しい	営業期間中にも草刈作業を実施。	事業者
	清掃業務	虫が多い。	固定テント利用者に対して、蚊取線香の 貸出。	事業者

3. 実施経費の状況及び評価等

(1) 実施経費と削減効果

従来経費については、市場化テスト直前（平成21年度）の額が原則であるが、平成21年度と平成29年度における管理運営の対象範囲が異なることから、平成28年度を従来経費として、比較すると1,492,592円（8.42%）の削減効果が見られる。

	平成21年度 (市場化テスト実施前)	平成28年度 (第3期：9か月)	平成29年度 (第4期)	削減金額（削減率）
経費	13,600,000円	17,733,333円	16,240,741円	△1,492,592円（8.42%）
月額		1,970,370円	1,353,395円	△616,975円（31.3%）

(2) 評価

実施経費については、市場化テスト直前の平成21年度と第4期の管理運営対象範囲が異なることから、管理対象範囲が近似する平成28年度（第3期）を従来経費として比較した。その結果、経費は約8.4%削減されている。また、平成28年度（第3期）は期間が9か月となるため月額経費で比較すると、さらに削減率は約31%となり、確保されるべきサービスの質を確保しつつ、人員配置の効率化等により、人件費のコスト削減効果を得られたものと評価できる。

(3) 民間事業者からの提案による改善実施事項等

受託事業者からは、企画提案時及び業務を履行する中で、以下のようなサービス向上のための改善提案を受け実施している。

- (1) 大山自然歩道をはじめ気象情報、草木の開花状況等に関する情報について、適時に充実した魅力ある情報を提供することで、自然探勝を目的に訪れる登山者及び公園利用者に対する利便性を向上させた。
- (2) 登山基地である野営場において、登山情報の問合せに対応すべく、登山経験が豊富で最新情報を持つスタッフ（4名。鳥取県山岳協会等に所属するベテラン登山者）の配置を実施。加えて、大山情報館での掲示等によって、タイムリーな登山情報（車道の通行止め等の道路情報、山頂の積雪や気温などの気象情報、必要な装備等）の発信に努め、登山者の利便性と安全性に貢献した。

上記改善提案のとおり実施された取組は、いずれも利用者サービスの向上につながるものとして評価できる。

4. 総合評価

(1) 質の確保について

個別業務の質を確保すると共に、利用状況に応じた改善提案を実施することで、質の低下なく水準以上に業務を実施している。施設は老朽化が進んでいるが、適切な保守管理によって、設備に起因する事故が発生しなかったこと、野営場はきめ細かい職員対応により、利用者から衛生面での満足感を得られたことは高く評価できる。

アンケート調査実施では、今期から英語版を作成して、外国人来館者へのアンケートを開始している。回収率に関しては、大山情報館約 60%、野営場約 25%の回収状況である。野営場のアンケート期間は2か月の短期間であり、回収したアンケート内容が、適時に業務運営に反映されて、結果的に利用者の満足度につながっている点が評価できる。

また、館内共有スペースに、『自然にふれあいコーナー』を設置して、自然に親しむ工夫をするなど、通過型の利用客の興味・関心を呼び込むような「体験型のコト消費サービス」を提供していること。その際には、来館者にアンケートへの協力を求め、サービスの向上及び改善できるものについて、迅速に対応しており高く評価できる。

(2) 経費の削減について

市場化テストの目的の一つである、低廉な経費での業務実施については、管理対象範囲が近似する平成 28 年度（第 3 期）実績 17,733,333 円（税抜）に対し、平成 29 年度（第 4 期）実績 16,240,741 円（税抜）となり 1,492,592 円（8.42%）の削減効果が見られる。また、第 3 期は期間が 9 か月となるため月額経費で比較すると、さらに削減率は約 31%となり、コスト削減による効率的なサービス提供がなされていると評価できる。

(3) 今後の展望

平成 30 年 3 月に館内にデジタルサイネージ（大山の自然や登山情報等を提供する電子展示設備）と電子黒板が整備され、平成 30 年民間事業者が大山寺地域の観光案内所等とも連携して情報収集を行うことで利用したリアルタイムの情報発信を予定している。

また、平成 30 年 4 月から、レストハウス機能はもとより登山情報、国立公園等の情報発信機能を強化し、『大山ナショナルパークセンター』としてリニューアルオープンする。今後、訪日の増加が見込まれる外国人観光客を含め、利用者の快適性を追求して、利便性の向上が期待される。

5. 今後の方針

(1) 実施状況

本業務の市場化テストは今期が 4 期目であり、これまでの市場化テストの事業全体を通じた実施状況は以下のとおりである。

- ① 実施期間中に受託事業者が業務改善指示等を受けたり、業務に関する法令違反行為等があったという実績はなかった。
- ② 本業務においては、環境省部局内に新たに設置される外部有識者で構成される委員会により、実施状況報告のチェックを受ける体制を構築する予定にしている。
- ③ 入札に当たり 1 者応札であり、競争性に課題が残っている。
- ④ 達成すべき質について設定した項目及び受託事業者から提案のあった項目に対する実施状況について、概ね良好なサービスが達成されたと認められる。
- ⑤ 従来経費と契約金額とを比較した場合に、管理運営の対象範囲が近似する第 3 期との比較において、経費削減の効果を上げている。

(2) 競争性改善の取組

本事業に関連して、競争性改善のため、以下のとおり入札参加資格の要件緩和等の改善に取り組んだ。

- ① 全省庁統一資格について「D等級」を追加
- ② グループ参加における必須項目を緩和
- ③ 入札に関する質問の回答をホームページに公開
- ④ 技術評価に係る採点基準を明確化
- ⑤ 企画提案書にページの上限を設定（負担を軽減）
- ⑥ 保守管理に係る責任分担を明確化
- ⑦ 入札説明会から企画提案書提出期限について、入札参加促進のため公告開始及び入札説明会のスケジュールを従来の2週間から3週間に延長した。
- ⑧ 契約期間を1年間（第3期）及び2年間（第4期）並びに3年間（第1期及び2期）の3パターンで設定して、競争性の確保について試行した。
- ⑨ 入札参加が期待される事業者（地元業者と在阪業者）に対してヒアリングを実施。ヒアリングを踏まえて、入札に係る仕様書等において改善を試みた。
- ⑩ 広報活動として、関係団体等入札参加が期待される者へ積極的な周知活動を行い、特に、公告後1週間は重点的に幅広く周知を図る等、入札参加者の拡大に努めた。
- ⑪ 多岐に渡る業務対象施設の位置関係が把握出来るよう、入札実施要項に補足資料（図面）を追加。

以上のとおり、競争性において課題が残るが、市場化テストの実施だけでは実施状況の更なる改善が見込めない多様な事情があるため、「市場化テスト終了プロセス及び新プロセス運用に関する指針」（平成26年3月19日官民競争入札等監理委員会決定Ⅱ.1（2）の基準に照らし、今期をもって市場化テストを終了したい。

なお、市場化テスト終了後も、これまで官民競争入札等監理委員会における審議を通じて厳しくチェックされてきた公共サービスの質、実施機関、入札参加資格、入札手続及び情報開示に関する事項等を踏まえた上で、引き続き、法の趣旨に基づき、環境省自ら公共サービスの質の向上、コスト削減等を図る努力をしてまいりたい。

以 上