

平成 28 年 6 月 17 日
独立行政法人 日本貿易振興機構

平成 26、27 年度 民間競争入札実施事業
見本市・展示会情報総合ウェブサイト（J-messe）の
管理・運營業務の実施状況報告

基本方針に基づく標記事業の実施状況は以下のとおり。

I 事業概要等

事項	内容
事業内容	国内外で開催される見本市・展示会の情報や各種関連情報に関するデータベースを管理運営し、国内外に向けて情報提供を行い、出展者、来場者双方の参加促進を支援する。
契約期間	平成 26 年 4 月 1 日～平成 29 年 3 月 31 日（3 年）
受託事業者 (入札参加者数等)	株式会社トーテック 説明会参加者：10 者 入札参加者：1 者
契約金額	64,482,000 円（税抜） ※契約期間である 3 カ年分
特記事項 (改善指示・法令違反行為等の有無)	特になし

II 評価

1. 事業の質に関する評価

(1) 見本市等の新規登録件数及び更新件数、J-messe へのアクセス件数（ページビュー数）等

①実施状況

確保されるべき達成目標として設定された項目につき、その実施結果は以下のとおりである。

区分	確保されるべき サービスの達成目標	実績			
		平成 26 年度		平成 27 年度	
		件数	達成率	件数	達成率
J-messe へのアクセス件数（ページビュー数）	年間 480 万件以上の維持。	971 万 7,957 件	202%	1,114 万 2,126 件	232%
見本市等の新規登録件数	年間 100 件以上の維持。	121 件	121%	103 件	103%
見本市等の更新件数	年間 3,100 件以上の維持。	3,645 件	118%	3,978 件	128%

②評価

受託事業者は、設定された目標を達成するために以下の取り組みを行った。

- ・ J-messe へのアクセス件数（ページビュー数）は、第 2 期の達成目標を 105 万 8,468 件にしたが、実績が大幅に超過したため、第 3 期の達成目標を 480 万件にした。第 3 期にて受託事業者は、委託者である当機構と協議の上、当機構の支援対象見本市や、J-messe 内に掲載される産業別主要見本市リストを踏まえて、優先順位を付けた更新作業を行った。その結果、J-messe 内の情報は最新のデータで維持され、インターネット利用者が展示会を検索する際には、検索エンジン上で J-messe の検索結果ページが上位に出現し、多くのアクセス件数（ページビュー数）を獲得した。他にも J-messe 内のコンテンツである世界の見本市ビジネストレンドや、海外見本市レポートの更新を行い、常に新しい情報を発信するよう心がけた。その結果として、第 3 期においても各年 2 倍以上の実績を残した。
- ・ 広報計画内容を吟味し、オンラインでの広告媒体に資源を集中させ、J-messe への直接ウェブリンク等を通じて認知度を高めた。
- ・ 当機構と共に見本市主催者への往訪等を行い、J-messe の広報活動を直接行った。

などの取り組みを行い、いずれも目標を上回る実績となった。この結果は十分評価され得る。

(2) コンテンツの内容の正確性を維持すること

①実施状況と評価

確保されるべき達成目標として設定された「コンテンツの内容の正確性を維持すること」については、掲載情報（特に展示会名称、会期、開催場所、主催者連絡先）の正確性につき、週に 2 回程度、会期 3 ヶ月前の見本市を対象に当機構がモニタリングを通じて確認した。一方、外部からの指摘により修正の必要が生じた場合（平成 26 年度に 4 件、平成 27 年度に 3 件）は、受託事業者が速やかに修正した。その結果、概ね正確性が達成されており、評価できる。

(3) 各業務において当機構が設定した期限を厳守すること

①実施状況

業務内容	期限・頻度	実績	
		平成 26 年度	平成 27 年度
見本市などの情報に関する登録等の受付および審査等業務	登録・更新の申請受領後、完了または否認通知連絡まで原則 1 週間以内	申請件数 1,178 件、全て 1 週間以内に通知	申請件数 1,280 件、全て 1 週間以内に通知
見本市主催者へ登録情報の更新依頼業務	四半期ごと	年間 4 回の作成・配信	年間 4 回の作成・配信
「日本の専門見本市」の印刷製本及び納品の状況	各年度の 12 月中旬	12 月中旬に発送および納品済み	12 月中旬に発送および納品済み
必要なコンテンツに関する期限内の更新状況			
海外見本市レポート	随時	13 本	23 本

世界の見本市 ビジネストレンド	随時	1 件	4 件
世界の展示会場	随時	409 件	368 件
Special Reports On Major Trade Shows in Japan	随時	4 本	5 本
メールマガジンの作成 状況	毎月 2 回 (1 日、15 日)	年間 23 回の 作成・配信	年間 23 回の 作成・配信

※その他、外部からのお問い合わせも平成 26 年度は 108 件、平成 27 年度は 148 件の回答を行い、原則即日対応した。

②評価

各業務において、機構が設定した期限を厳守することについては守られており、目標を達成できたものと評価できる。

(4) 受託事業者からの改善提案

受託事業者からは、期間中、J-messe の利用者を増やすための方策として、Google 社のオンライン広告活用、外国人記者による国内見本市の英文レポート掲載等を当機構に対して提案するなど、J-messe の広報活動やコンテンツ充実にも寄与してきた。

2. 実施経費についての評価

項目	金額等
従来経費 (A)	25,802 千円 (税抜) (平成 19 年度実績)
契約額 (B)	22,103 千円 (税抜) (平成 27 年度実績) (内訳) 契約額 21,494 千円 インセンティブ 609 千円
削減額 (C)	3,699 千円
削減率 (C/A×100)	約 14.3%

インセンティブの計算は以下のとおり。

- a 新規登録件数が目標より増加／減少した場合、1 件当たり単年契約額×0.1%を増額／減額する
- b 更新件数が目標より増加／減少した場合、1 件当たり単年契約額×0.003%を増額／減額する
- c a 及び b はそれぞれ単年契約額×4%を限度額とする

3. 評価委員会などからの評価

平成 28 年 5 月 10 日、複数の外部有識者にヒアリングを行い、本事業の実施状況報告について以下のとおり評価を得た。

- ・ J-messe は貴重な情報源であり、有益である。各国の見本市状況を把握するには最適。中小企業にとっても、海外展示会参加の有効なツールとして利用できる。今後も海外展示会情報の入口としての役割を維持し、コンテンツの一つである「世界のビジネストレンド」を拡充する等、展示会情報のナショナル・センターの役割を担って情報集積・発信に努め、確保されるべき目標を引き続き更新して頂きたい。
- ・ 一者応札に関連して、専門的な展示会用語を使用できる人材を確保し、情報の翻訳、登録、更新作業のノウハウ等といった資質を持ち合わせた企業を複数揃えることが難しいことは理解する。また、窓口が一元化されていることで責任の所在も明らかになるため、むやみに運営と管理会社を分けた、分離調達を行うことも望ましくないとと思われる。
- ・ コスト削減は実施されているが、運営管理業務の委託費のほとんどが人件費と推察されることもあり、行き過ぎた削減は一者応札や質の低下を招きかねないので留意したい。一者応札に関連して、コスト削減を追求しすぎると、ビジネス関係者が手を挙げたくても挙げられなくなる可能性もある。

4. 評価のまとめ

(1) 評価の総括

本業務においては、3期目にあたるが、業務全般を通して、以下のとおりである。

- ① 実施期間中に民間事業者が業務改善指示等を受けたり、業務にかかる法令違反行為等を行ったりした実績はなかった。
- ② 入札について、1期目は入札説明会参加者が13者、うち応札者が3者、2期目は説明会参加者が5者、うち応札者が1者であった。競争性の確保が求められていた3期目は、新規参入を促し、競争性を担保するために、過去2回の「J-messe 管理・運營業務」の民間競争入札に当たり説明会参加・応札をした事業者ヒアリングを実施し入札参加を促したほか、従来の公告期間よりも長く設定することで業者側の参加検討・準備期間に余裕を持たせ、更なる事業情報の開示を行うなど、改善を試みた。その結果、説明会参加者は10者に及んだものの応札者は1者にとどまった。事業者が入札を躊躇った背景としては、展示会に詳しく、かつ英語対応可能な人材確保が難しいとの意見があった。当機構としては、引き続き競争性の確保は必要不可欠な点だと思っており、継続して公告期間を十分に置くとともに、同期間中には関連資料を閲覧できる機会を設けることを通じて業務内容の情報提供を促し、入札情報を公開する等の従来の改善項目だけでなく、外部ヒアリングを通じて顕在化した参入への課題（展示会知識及び英語対応人材の確保）に対しては、和英両方の言語を取り扱うサイトなどの運営会社などへのアプローチを試みるなど、新たな取り組みを増やしていく。
- ③ 対象公共サービスの確保されるべき質については、アクセス件数（ページビュー数）、登録受付やデータ更新、新規発掘などにおいて、目標値を上回る満足すべき結果となり、概ね達成したものと評価できる。
- ④ 従来経費からの削減率について、27年度は19年度に比較して約370万円、比率にして約14.3%の削減率となった。確保するべき質を概ね維持しながら事業が実施されており、大きな効果をあげたものと評価できる。

(2) 今後の方針

本事業については、市場化テストを終了する基準をおおむね満たしており、大幅な経費削減等、良好な実施結果を得られている。今期の入札は新規参入を増やすための方策を講じたものの、結果として1者にとどまったが、公告期間における情報提供の促進など、更なる改善案を講じることとしている。機構内部には、機構が締結する契約の点検・見直しを行うために外部有識者を含めた契約監視委員会を設置しており、契約の競争性確保等のチェック体制が整っていることを踏まえ、今後の事業にあたっては、市場化テストを終了し、当機構の責任において行うこととしたい。市場化テスト終了後も、これまでの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、実施期間、入札参加資格、入札手続き及び情報開示に関する事項を踏まえた上で、引き続き法の趣旨に基づき、当機構自ら公共サービスの質の向上、コストの削減等を図る努力をして参りたい。

以上