

1. 愛知県における市場化テストモデル事業の取組み概要

1. 行革大綱における位置づけ

市場化テストの制度導入に向けた取組みを進める。(個別重点取組事項)
制度設計に必要な事項の検証を目的に、19 年度からの 2 年間で、3 つの業務でモデル事業を実施。

2. モデル事業を通じて留意したポイント

(1) 意見募集の実施 (3 ページ)

- 毎年実施・・・愛知県の市場化テストの特長の一つ
- ・行政評価調書とリンク・・・全事務事業の情報提示
- ・35 業務の提案・・・外部からの意見にはきちんと対応

(2) 対象業務の選定 (4~5 ページ)

- 官民競争入札をモデル的に実施できる点を重視した対象業務の絞込み。
- ・ある程度のまとまり
 - ・民間事業者の入札が期待できる
 - ・単年度で実施可能・・・事前の大きな投資が不要なもの

3 業務の選定

- ・19 年度・・・旅券申請窓口業務、職員研修業務
- ・20 年度・・・公共職業訓練 (名古屋高等技術専門校 O A ビジネス科)

マーケティング調査の実施 (20 年度)

- ・業務の担い手の存在の有無、参入障壁の確認など

(3) 対象業務の範囲の確定 (7 ページ)

委託可能な部分と、引き続き県が直営で実施すべき部分を切り分け。
対象範囲を確定し、業務範囲に合わせて、従事する職員の事務量も分割。

(4) 確保されるべき質の設定 (8 ページ)

要求水準は、最終的に提供されるサービスの「質」として、分かりやすく数値化できる指標で設定。

(5) 質を重視した業者選定 (10 ページ)

入札は、総合評価の一般競争入札で実施。
総合評価は、価格点と技術点の配分を「1 対 3」とし、質の確保をより重視。

3. 公正な競争を確保するための工夫

(1) 監理委員会による公正さの確保(12 ページ)

実施の全プロセスを監理。

(2) 対象業務の情報開示(14 ページ)

過去3年度分の実施状況の公表。

(3) フルコストによる競争(16 ページ)

直接経費(人件費、物件費など)に加え、間接経費(間接人件費、減価償却費など)を含めたフルコストによる価格競争。

(4) 予定価格の提示(16 ページ)

官民間の公平性・透明性の確保、価格超過による失格の予防。
ただし、入札価格が予定価格の上限に張り付く傾向。

4. 官民競争入札の結果(17 ページ)

民の1勝・・・旅券申請窓口業務

官の2勝・・・職員研修業務

公共職業訓練(名古屋高等技術専門校「OAビジネス科」業務)

結果によっては、必ずしも「官から民へ」が促進されるわけではない。
逆に、官の優位性を示す機会にもなった。

市場化テストのフレームの中で、官自体も自己改善することで、業務のやり方の見直しにもつながっている。・・・大きな行革効果!

5. 市場化テストの副産物(6 ページ)・・・大きな行革効果!

対象業務の選定を通じ、自発的に民間委託化、廃止など業務を見直した。

3業務・・・県税の徴収業務

大気汚染規制調査

公共職業訓練

コールセンター化

民間委託化(有害大気汚染物質モニタリング調査、アスベスト大気環境調査)

介護ビジネス科を廃止

6. モニタリングの重要性

(1) 旅券申請窓口業務は、軌道に乗せるのに苦戦(20 ページ)

なかなか要求水準をクリアできなかった。

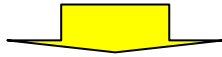
一方で、利用者(県民)からの苦情は少なく、むしろ好意的な反応。

要求水準の設定の難しさ・・・利用者の立場に立った要求水準だったか?

大幅な経費超過・・・民間事業者の実力不足か、事前の準備不足の影響か？
やはり複数年契約が必要か？

(2) 職員研修業務は、業務効率化と質の確保を実現(23 ページ)

実施体制のスリム化(正規 2、非常勤 2)の一方、新たな企画(研修の効果測定とフォローアップ)を計画どおり実施。



モニタリング結果を踏まえ、今後の業務の取扱いについても、監理委員会において審議し、委員会意見を提示。

旅券申請窓口業務は、民間委託化を進める。

(21 年度から、本業務の受託者がジェイコムから T Q C に替わったが、現在、
県と事業者との関係も良く、業務はうまく回っている状況。)

職員研修業務は、当面、自治研修所が実施する。

県は人材育成の企画立案面を担い、研修の実施面は外部資源の有効活用し、ベストマッチングをめざす。

7. 教 訓

(1) 思い切った業務の切り出し(7 ページ)

企業の参入意欲を引き出すには、対象業務の規模はある程度のまとまりが必要。
委託可能な部分と、県が直営で実施すべき部分の切り分けが重要。

(2) フルコスト計算の難しさ(16 ページ)

現金主義と発生主義の違い。

県は「退職給付費用」「減価償却費」を予算計上していないため、フルコストは見かけ上、県が直営で実施する場合の経費より大きくなってしまう。

(3) 円滑な事務引継ぎの実現(28 ページ)

窓口業務は、業務初日から 100% の対応が求められる。

事前準備を十分に行える環境整備。



ガイドラインへ反映！

モデル事業を通じて・・・

「官民が対等の立場での競争」という意識醸成には、もう少し時間が必要。
より円滑な制度運用に向けて改善を重ねながら、制度の完成度を高め、定着を図っていく。

2 . あいち市場化テストガイドライン

1 . ガイドラインの性格

(1) 法に準じた仕組み

将来的に都道府県向けの特定公共サービスが拡大されることも見据え、当面、「公共サービス改革法」に準じた仕組みによる独自の「あいち市場化テスト」を実施するためのガイドライン。
本格実施するためのルールブック。

外部の方にも理解いただけるように、わかりやすく整理！

(2) 「民でできるものは民に任せる」が基本

民間企業からの広く提案を受け付け、民間開放が可能な業務について、市場化テストの手法を用いて、最も相応しい担い手による業務実施を実現していくことをめざす。

(3) 3つの基本姿勢

民間からの提案による競争原理の導入
責任ある行政の堅持
行政の効率化とサービスレベルの確保も基本姿勢

(4) モデル事業の経験を踏まえたガイドライン

特別な仕組みを構築したのではなく、法のスキームに準じ、2年間のモデル事業の成果や課題を教訓として盛り込んだ。

経験に裏打ちされた、実践的なガイドライン！

2 . ガイドラインの特長

(1) 民間からの意見募集がスタート

民間事業者からの意見募集
提案者との意見交換
担当部局からのヒアリング

(2) 官民競争入札と民間競争入札の両輪

官民競争入札に偏らず、民間競争入札も積極的に活用していく。
特に、数年先を見据えた計画的な対応が必要な場合は、工程表による計画的な推進を可能とし、民間競争入札（民間委託化）に移行しやすい仕組み。

(3) 官民の協調を重視

モデル事業の経験から、官民競争入札は、業務選定から入札、実施者決定、業務実施の全過程を通じて、なかなか官民協働の意識の醸成が難しい。担当部局が納得した上で、官民競争入札と民間競争入札のどちらを選択するかを決めていく仕組み。

(4) 監理委員会による公正さの確保

監理委員会が、制度全体の手続きを通じて監理。
ただし、官民競争入札と民間競争入札で、監理委員会の関わり方を区別。

(5) 点線囲いの太ゴシック部分が、モデル事業の教訓 対象業務の選定 (8 ページ)

- ・きちんとした仕分けと思い切った切り出し

マーケティング調査 (9 ページ)

- ・業務の担い手の存在の有無、参入障壁の確認、有望な事業者の発掘

フルコスト推計 (13~14 ページ)

- ・現金主義と発生主義の制度の違いの認識、不可避コストの扱い

事前準備と事務引継ぎ (19 ページ)

- ・十分な事前準備 (窓口業務は、業務初日から 100% の対応が求められる) 偽装請負への注意喚起

その他留意すべきポイント・・・太字ゴシックで表示

<実施要項> (13~15 ページ)

- ・業務の実施手順等の特定は最小限度に
- ・契約期間はできるだけ複数年契約で
- ・過去 3 年間の実施状況の情報開示
- ・直接経費、間接経費の具体的な算出方法
- ・予定価格 (税込み価格) で提示

<落札者決定基準> (15 ページ)

- ・社会的責任や県の施策との整合性にも着目した評価項目を設定