

入札監理小委員会における審議の結果報告

独立行政法人国民生活センター 企業・消費者向け教育・研修事業

独立行政法人国民生活センター（以下「センター」という。）の企業・消費者向け教育・研修事業の企画・準備、当日運営業務については、平成 21 年 10 月から 2 年 6 ヶ月の間、官民競争入札により実施する旨、公共サービス改革基本方針別表に定められている。

これに基づいてセンターから提出された実施要項（案）を入札監理小委員会において審議したので、その結果（主な論点と対応）を以下のとおり報告する。

1. 確保すべきサービスの質、評価基準の設定について

【論点】（実施要項 9～10、16～17 頁）

企業向け、消費者向けの 2 つの研修は、それぞれ実施の目的や実務上の特性の違いがあり、これを踏まえながら、サービスの質や事業者の評価基準を設定する必要がある。

【対応】

サービスの質、評価基準に、それぞれの研修に対応した項目を設定した。

【論点】（実施要項 16、41 頁）

評価基準が、センターの研修業務と類似の実績や消費者団体等との連携実績を求めるものが多く、これらの実績を有する官に有利とならないか。

【対応】

実績については、消費生活問題関係の研修に限らず、幅広いイベント開催の実績と、消費者団体等との連携実績がない場合には連携体制を構築する今後の方策を示させることで評価することとした。

【論点】（実施要項 9～11 頁）

サービスの質の指標に「受講料収入」を設定し、これにのみ基づいて委託費を増減する仕組みを設けているが、この指標自体サービスの質とは言い難いく、適切でない。

【対応】

サービスの質から「受講料収入」の指標を除き、「受講者数」、「受講者満足度」の指標に基づいた委託費増減の仕組みとした。

2. 官と民の情報収集力の差

【論点】（実施要項 2、5、33 頁）

研修の企画に必要な消費生活問題に関する情報収集において、民間事業者に比べセンターの情報収集力が圧倒的であり、これが競争条件の格差に繋がらないようにする仕組みが必要である。

【対応】

従来の情報収集の方法の詳細を開示情報に追加した。また、従来実施した運営マニュアルの提供、情報収集に関するセンターの協力を実施条件に追加した。

3 . 消費者向け研修における消費者関連団体等との連携

【論点】（実施要項 7 頁）

消費者向け研修の実施には、消費者団体との連携が重要な要素となっているが、民間事業者がこの連携体制を構築することは困難とも考えられ、センターがこの橋渡しをするなどの工夫が必要である。

【対応】

研修の受講者や発表者の募集の際に、センターから関係団体への協力要請を文書などで行うこととした。

4 . 2 年目以降の実施企画案に関するセンターの関与

【論点】（実施要項 2、5 頁）

2 年目以降の実施企画案決定にあたって、センターとの協議が条件となっているが、センターの関与の程度によっては、民間事業者の創意工夫が活かされなくなる恐れがある。

【対応】

「協議」としていた工程を「意見交換」に改め、センターからの意見は民間事業者を拘束しないアドバイス程度に止めることとした。

5 . 情報遮断の措置について

【論点】（実施要項 19～20 頁）

入札実施部門と入札参加部門の職員の特定、情報遮断の措置は適切か。

【対応】

入札の実施に関する事務を担当する職員と入札に参加する事務を担当する職員のそれぞれの役職を実施要項に明示し、職務命令を発して区分することとした。また、それぞれの執務は、別々の部屋で行われることとなっている。

6 . 入札評価の第三者性の担保について

【論点】（実施要項 15 頁）

入札に関する評価は、第三者性が確保されているか。

【対応】

入札に関する評価については、評価委員会を設置して行うものとし、構成員の半数以上は外部有識者とするものとした。

以上