

入札監理小委員会
第 47 回議事録

内閣府 官民競争入札等監理委員会事務局

第 47 回入札監理小委員会 議 事 次 第

日 時：平成 20 年 7 月 29 日（火）17:20～19:42

場 所：永田町合同庁舎 1 階 第 1 共用会議室

1. 開 会

2. 議 題

① 実施要項（案）の審議

- 見本市・展示会情報総合ウェブサイト（J-messe）管理・運營業務（（独）日本貿易振興機構）
- 国際協力人材センターに係る業務委託（（独）国際協力機構）
- 「海外移住資料館」の管理・運營業務（（独）国際協力機構）

② その他

3. 閉 会

<出席者>

（委 員）

小林副主査、逢見副主査

（（独）日本貿易振興機構）

展示事業部 中村部長 展示事業部展示事業課 稲葉課長、野村課長代理
企画部企画課 栗田課長、坪井課長代理、廣田課員

（（独）国際協力機構）

国際協力人材部 大石部長、大久保次長
国際協力人材部国際協力人材センター課 田和課長
調達部 柴田次長 調達部契約課 前田課長

JICA 横浜 高井所長、松本次長

JICA 横浜研修業務第二課 佐藤課長

中南米部 室澤次長

（事務局）

佐久間事務局長、関参事官、森山参事官、徳山企画官

((独)日本貿易振興機構入室)

○**小林副主査** それでは、ただいまから「第47回入札監理小委員会」を開催いたします。

本日は、日本貿易振興機構の「見本市・展示会情報総合ウェブサイト管理・運營業務」、国際協力機構の「国際協力人材センターに係る業務委託」、同じく国際協力機構の「海外移住資料館の管理・運營業務」の3件の実施要項(案)について審議を行います。

初めに、「見本市・展示会情報総合ウェブサイト管理・運營業務」の実施要項(案)の審議を行います。

本日は、日本貿易振興機構展示事業部の中村部長に出席いただいておりますので、業務の概要や実施要項(案)の内容について御説明をいただきたいと思っております。御説明は20分程度でお願いできればと思っております。

○**中村日本貿易振興機構展示事業部長** JETRO展示事業部長の中村と申します。本日はよろしくお願いたします。

時間も限られておりますので、JETROの説明ですとか、改めてそういうことは省きたいと思っております。

ただ、私の方から1点だけ、今、J-messeと私どもが呼んでおりますデータベース化したものなのですが、その重要性というものを一言だけ話したいと思っております。

ここ10年くらい、日本の企業、中小企業は当然ですけれども、展示会に対する取組みが大きく変わっております。以前は、日本の企業というのは展示会に出品するという主な目的が広報だったんです。展示会を訪れる企業の目的は、情報収集だったんです。そこが欧米と大きく違っていました。

ところが、ここ数年、7、8年、10年以内でその目的が完全に変わってきておりまして、私どもの業界の言葉で言うとBtoB、ビジネス・ツー・ビジネスになっています。出品する方も、訪問する企業さんも、そこで商談してビジネスをするというふうに変ってきております。

その点、私どもが2001年から始めましたJ-messeなんですけれども、特に海外の情報が取りにくい中小企業さんにとって非常に重要な海外ビジネスツールになっているということをお理解いただきたいと思っております。

あとは、時間がございません。詳しい説明は展示事業課長の稲葉の方に代わりたく思います。よろしくお願いたします。

○**稲葉日本貿易振興機構展示事業部展示事業課長** こんにちは。展示事業課長の私、稲葉と申します。よろしくお願いたします。見本市・展示情報総合ウェブサイト、J-messe管理・運營業務民間競争入札実施要項につきまして御説明させていただきます。

まず事業の概要でございます。この見本市・展示会情報総合ウェブサイト、J-messeと呼んでおりますが、これは国内外で開催される見本市・展示会の情報を全部まとめております。そして、国であるだとか、キーワード、業種、開催地、もちろん開催時期といったところで検索ができるわけでありまして、したがって、海外の見本市の情報に関しては、例えば今、油の値段がすごくいいので中近東のドバイに行ってみ本市に出たい。それで、ジュエリーを売るぞとなったら、ドバイで展示会、ジュエリーという形でやるとそういうものがさっと見つかるデータベースなんです。当然、海外の情報を積極的に入れて、主に日本の中小企業さんに輸出促進のために使ってもらおうということでもあります。

一方、外国の人たちは日本のマーケットを獲得するためにも、日本の展示会の情報も当然入れているわけでごさいますして、日本の展示会の情報をたくさん入れて外国の企業の方にも来てもらえるようにしたいということですが、これは一方でいきますと日本の展示会産業の国際化を促すという要素からかと思えます。当然、今後、日本が経済成長を進めていく上でサービス産業の活性化というところは極めて重要でございますし、こういったコンベンションビジネスですよね。MICEなどという形で言うておりますが、そういったビジネスの振興にも本データベースというのは大変役立つものでございます。

このため、国内の見本市の開催情報の検索サービスを行うとともに、それ以外にも例えば「世界の展示会場」、「海外見本市レポート」、「見本市月間ランキング」といった関連トピックスもこの中に掲載するとともに、またデータベースのウェブサイトだけではなく、印刷物として『日本の専門見本市』というものを和文、英文、双方で毎年1,200部ずつ刷りまして、世界、国内、双方に配布して活用に使っていただいております。

事業の対象者、この事業はだれのために行っているのかというと、まず第一義的には日本の中小企業の方々が輸出を増やしてもらうために海外の展示会に出るというのが1つ目になるかと思えます。

2つ目としては、当然日本の見本市の主催者が外国の企業の出品を促すためです。当然これは海外の見本市の方々にとっても、運営主催者にとっても日本の出品者を始めとするさまざまな企業の方に出品してもらうということも大事なところであります。

更には、見本市というのは出品する側だけではなくて、当然それぞれ来場する方がいるわけでありますので、来場してくれる人がいて、そこで新たなビジネスを発掘しようという、その部分でも情報提供の有力なツールになっているので、そちらの方も当然事業の対象者になるわけでごさいます。

更には、施行事業者の方々、見本市を組織していく上でサービスの提供をする人たちも関係してきているかと思えます。

そして、年間のアクセス件数が56万件であります。新規の登録件数ですが、見本市は大体毎年行われるものとか、隔年開催のものなどがあるわけでありますが、年間大体3,200件が新たにデータが更新されているということでごさいます。

それでは、具体的に本入札におきましてどういった業務を民間事業者の方に委託しようと思っているのか。正直申しまして、本業務は今までJETROでやっているのですが、そのほぼ全面的な業務をこの入札の方に付したいと思っているところでごさいます。

1つ目が、見本市等の情報に関する登録及び受付及び支援策等の業務であります。これ自体は、見本市の主催者に自ら主催者として登録してもらい、それによって個別の展示会の情報を入力できるようなIDとパスワードを取得してもらってデータを入れていきます。

ただ、それをこのウェブサイトを訪ねてくれる方にお見せしていいのか、開示していいのかどうか、私どもは当然ちゃんと正しい内容から入っているのかどうかを確認する等、審査を行う必要があるわけであります。その業務を行っていますし、不備がある場合には当の主催者に対して細かく尋ねた上で入力するようにしております。

同時に、見本市等の主催者への登録情報の更新依頼も行っております。一度入力されたデータが陳腐化しては意味がありませんので、新しい年になったら新しいデータをどんどん入れていってくださいねということ電子メールによる一斉送信によって要請を行っております。

そして、当然それだけを繰り返していると既に登録されている方々しか情報を入力してもらえないことになってしまいますので、J-messe に登録されていない見本市等の主催者及び開催に関する情報の発掘も同時に業務としてお願いしたいところでございます。幾つかの見本市関係の資料なども出ておりますので、そういったものを使うか、例えばウェブサイト「展示会」と入れて国名を入れると、新しい展示会などが幾つかヒットしてくる場合もございます。よく我々も、どこの国で何の展示会というとならずこの J-messe を見るのですが、それでヒットしなかった場合などはやはりグーグルなども使って検索することはよくあるところでございます。そういった作業をしつつ、展示会的主催者にコンタクトを取って、是非お宅の展示会をここに登録してくださいということをお願いするという段取りにしております。

ほかに、私どものところに直接パンフレットなどを届けてくれる主催者もおります。JETRO 展示事業部、JETRO ができてからずっとある部ではありますが、こういう見本市主催者の皆様たちはよく JETRO に来てくれます。そういった方々からいただいた情報などで、まだ J-messe に登録されていないものに関しましては、こちらの方に入力してもらおうという作業も行うことにしております。

続きまして、掲載情報の確認業務、これは極めて大事なものであります。一度入力したままになっていたのですが、会期間際あるいは6か月前になってから開催の計画が変わりましたなどという場合があっても、なかなかそういうものを直してくれないと、例えばA会場からB会場に変わってしまった。それが結構離れていて、行って見たんだけどもそこではやっていなかったなどということが生じてしまうこともありますし、日程が変わることなどもございます。それらを見て誤ったところに行ってしまうと結局役に立たなかったことで誤情報になってしまいますので、必ず会期3か月前の見本市を対象に確認を行うということは極めて重要な業務になっております。

次は、『日本の専門見本市』という書籍でございますが、編集・印刷製本業務、こちらは電子媒体、ウェブサイト以外の形での情報提供という形で印刷をしております。データそのものは、J-messe のデータのうち日本で開催される展示会の部分を抽出する形で生成ができるものであります。英語版1,200部、日本語版1,200部を印刷し、私どもでリストを持っておりますので、そういった活用をしてもらえる方々のところに送付してもらおうというところまでが作業に入ってきております。

同時に、コンテンツ情報の更新もあります。いわゆるデータベース以外のコンテンツの部分であります。1つが「海外見本市レポート」です。私どもJETROは海外に事務所がございますので、そこに持ち回りで月に1つレポートを上げてもらっております。こういう展示会がこの国で開催されました。その概要をA4に1枚くらいの分量でまとめてもらっておりまして、これを毎月掲載するようにしております。ほかに「月間ランキング」、アクセス数の多かった展示会のランキングをつくっております。「新着見本市」サイト、「展示会参加・開催報告」、この「展示会参加・開催報告」は私どもJETROは展示業務としてほかの部署でも展示会をやったりもしているのですが、一つひとつ展示会に参加しましたらその参加結果、その展示会がどういう内容であったか等をレポートにまとめてここで御披露させてもらって、展示会をビジネスに有効に活用してもらうために情報発進させていただくという趣旨のものであります。

そして、そのほかにも「世界の見本市ビジネス動向調査報告書」というものも私どもは

つくっておりますので、こういった出版物ができましたらこちらの方もお知らせするということでもあります。

また、更に「世界の展示会場」、世界には本当に大きな展示会場がたくさんございます。そういった情報をきっちりと入れておくことによって、自分がいざこの展示会に出るんだけど、その展示会場というのはどういうものなんだろうというのは、こちらの方の情報をもって、より充実した情報の提供を行っていきたいというものでございます。

その次に、「お知らせ」であります。これは、主に私ども J E T R O が実施するビジネスイベントに関するお知らせであります。主に展示会の出展者募集や、こういった展示会を開催していますので是非御来場くださいといった内容でございます。

そして、「メールマガジンの作成と配信業務」です。月に2回、1日と15日にメールマガジンを配信しておりますので、ここで今、申しましたコンテンツ情報のうちの新しいものをこのメールマガジンで配信しているわけでございます。

次が、「J-messe を紹介する広報業務」であります。これは当然、広報を積極的にやらないと新規登録も行ってもらえません。更新をしてもらうためにも、どんどん広報を行っていく必要がございます。この業務を委託内容の中に入れてたいと思っております。

そして、実際にこのオペレーションをやっていただく上で、当然発注者である J E T R O の方との定期的な会議というのは開催させていただきたいと思っております。おおむね月1回で、その進捗状況というものを報告いただき、もし問題点があったらその解決に向けた解決策を模索するというのがこの会議の趣旨でございます。

当然こういうデータベースを運営しております外部からの問合せというのも入るわけございまして、そういった問合せに対しましても月曜から金曜日の9時から17時の就業時間につきましては、適切かつ速やかに対応していただくことも委託内容の中に盛り込ませていただくことにしております。

次に、(4)の事業の実施にあたり確保されるべきサービスの質であります。J-messe へのアクセス件数は、先ほど申しましたとおり平成19年度は56万件でありました。これはやはり必ず維持していただきたい。

次に、2番目として見本市等の新規登録件数は100件以上を維持していただきたい。

「ハ」で見本市等の更新件数、これも過去の実績であります19年度実績の3,100件というものを維持していただきたい。

それから、コンテンツの内容の正確性を維持すること。

各業務において機構、J E T R O が設定した期限を厳守することというのがサービスの質として、うちとして求めるところであります。

契約の形態及び契約期間なのですが、まず契約期間は来年度、21年度と22年度の2年間としておりまして、半期ごとに契約金額の4分の1をお支払いする形、契約方法は請負契約という形で入札を実施させていただきたいと私どもとしては希望するところであります。

入札参加資格に関してでございますが、この競争参加資格審査基準に関する内規に基づきまして、業種分類では「役務の提供等」というものが決められておりまして、その中のB、C等級に格付けされているものであることを条件にさせていただいております。B級というのは、J E T R O のルールでは1,500万円から3,000万円の案件に関して適切であるということでもあります。

ただ、C級も加えておりますのは考え方ではありますが、より中小の業者さんでも小回りの利くところで実施できるのではないだろうかと思うので、より参加の可能性、門を広げたいというのがここの考えであります。

そして、これは入札実施に当たりましては総合評価方式で実施させていただきますので、提出書類としては入札金額を記した書類、そして企画書、JETROの方で発行させていただきます競争参加資格等級決定通知書の写しといったところを出していただきます。

企画書の内容としましては、組織的基盤に関する事項、経理的基盤に関する事項、そして事業の実績ですね。ウェブコンテンツ関連あるいは展示会関連類似事業の3年以内の実績例とさせていただきます。当然のことながら、実施体制や具体的な事業計画、この事業計画という点につきましてはアクセス件数や新規登録件数の増加のためにどうことをやるのか、どういう広報計画を立てるのかといったこと、あるいは見本市等の新規登録件数や更新件数増加のための業務計画といったことも企画書の方でしっかりと盛り込んでいただきます。

そして、評価の方法といたしましては、最初に基礎点の部分で50点と設定させもらっていて、それに関しましては経理的基盤、実施体制、事業計画というものが網羅されていることというので、この基礎点に関しては満点を取ってもらわなければ評価の対象にならないということでもあります。

そして、加算点の方につきましては、企画案に関しまして0点から15点、5つの項目でそれぞれ3点ずつの加点で評価させていただこうと思っております。

実績につきましては、0点から20点の形で案分しております、1つの部分が見本市・展示会のイベントのデータベースの管理・運営業務を行ったことがあるかどうか。もう一つが、見本市等に関連する調査業務を実施したことがあるかどうかという点であります。

そして、3つ目が業務実施体制でありまして、ここの配分は0点から15点という形でありまして、見本市等に関する専門知識を有し、業務内容の全体把握をした上で、機構に対して適切な報告を行うことができる専任の担当者が配置されているかどうかということが1点です。こちらの方に10点配分しまして、もう一つが不測の事態に対応できる体制づくりがなされているかということでもあります。

「落札者の決定」に関しましては、この50点の基礎点の部分と、更に50点の加点を加えた点数を入札価格で割りまして、その除した結果が一番高いところをお願いする。もちろん予定価格をつかって設定させていただきますので、この予定価格の範囲内ということが求められるところでございます。

最後に、民間事業者が機構、私どもJETROに報告していただくべきことといたしまして、まず「四半期報告」を実施していただくということが1つ。

もう一つ、年度が終了した時点で翌月末までに「年度末報告」を出していただきます。J-messeへのアクセス件数、J-messeに登録されている見本市等の主催者のアドレス件数、見本市等の新規登録件数、見本市等の更新件数、英文登録内容の和文への翻訳件数、必要なコンテンツに関する期限内の更新状況、掲載情報の正確性の維持に関する状況、メールマガジンの作成状況、「日本の専門見本市」の印刷製本及び納品についての状況を機構、私どもJETROに報告していただくこととさせていただきます。もちろんクレームやトラブルなどが起こった場合にはその都度、迅速に私どもJETROに報告してもらい、その解決に向けた方策というものを固めるという形で仕事を進めていきたいと思っ

おります。

今回、市場化テストの方に本件を対象としていただくに当たりまし、やはり私どもとしても民間企業が持っているノウハウというものをいろいろ引き出せたらいいなと思っております。民間企業から新たな提案、今の J-messe をもっともっと進化させてお客様に使いやすい情報になってもらいたいと思いますし、かつ国際的にもっともっと高い評価が得られる。

先ほど申しました 56 万件といたしましても、85%が国内からのアクセスになっております。まだまだ海外における J-messe へのアクセスというのは多くはございません。そういった点でも、まだまだこの J-messe は発展する余地は残されていると思いますので、それを実現するためにも是非民間企業の方々の新たなお知恵を拝借し、その力を活用して改善に努めていきたいと思っております。以上であります。

○小林副主査 ありがとうございます。ただいまの御説明につきまして御意見、御質問がありましたらお願いいたします。

○逢見副主査 イメージをクリアにするために幾つか質問したいんですけども、この仕事は J E T R O のどこかの事務所の一角にデスクを置いて、そこで作業をするということになっているんですか。

○稲葉課長 現状でまいりますと、そうは考えておりません。やはりどちらかの事業者さんのところで当然サーバーにはアクセスできるようにして、そちらで作業をしていただくと思っております。

○逢見副主査 情報については、自ら集めるものと、それから J E T R O から提供されるものがありますが、そこは場所が離れていても特に齟齬はないんですか。

○稲葉課長 正直申しまして、J E T R O の方から情報を送る頻度というのはさほど多くはございません。恐らく月に 1、2 件程度だと思います。都内でも我々は郵送して、そういった資料でこのパンフレットを入れてくださいねとやったり、あるいは簡単なものでございましたらファクシミリで情報を送りまして、それを元に新規に登録してください、登録への手続を進めてくださいという形で対応することになるかと思えます。

○逢見副主査 実施要項の 17 ページに「従来の実施に要した経費」の記載がありますけれども、人件費、常勤職員が 17 年度は 190 万が 18 年、19 年とちょっと増えていますよね。これは、何か業務の内容が変わったのですか。

○稲葉課長 ここのところは、業務の内容自体が直接変わったからではございません。担当が変わったからです。年次の上の者が担当する形になったからです。

○逢見副主査 要は、年功賃金で人件費が上がったということですか。

○稲葉課長 そういうことです。

○逢見副主査 あとは、民間事業者の創意工夫というのは、こういうものは情報を提供するという仕事ですからやはり正確な情報、迅速な提供、それからユーザーフレンドリーとか、それがユーザーにとって非常に使い勝手がいい。それから、いわゆる不正がない。きちんと運営されている。そういうふうなことかと思うんですけども、そういう部分で民間に期待するというのはどんなところなんでしょうか。

○稲葉課長 例えば 1 つ申しますと、これは外国のお客さんからきた問合せがありまして、日本に対してインドの紅茶を輸出したいんです。では、紅茶を輸出する場合にはどういった展示会に出たらいいんだろうということを考える人がいると思うんです。紅茶の輸出に

ふさわしい展示会というのは、どんぴしゃりでティーの展示会があったらいいと思うんですけれども、必ずしもそうはならないと思うんです。

そういうところに、例えばフードなのか、ビバレッジなのか、飲料なのか、食品の展示会でもそういうものができるのかというようなことがよくわかるような内容にしていくと、例えば検索をした場合にティーと入れてもフードやビバレッジもしっかりと引っ掛かってきてくれるよう形にできるようにすると、非常にヒット率などは高くなってきますし、幅広い形で展示会の可能性を教えてあげられることになるんだろうとは思いますが。

だから、そのところで工夫の余地として、検索で一番ふさわしい展示会を幅広く選んであげられる、紹介してあげられるような仕組みづくりというのがもしできるんだとしたら、これは常に今までも改善してきているつもりではおりますが、改善する余地というのはあるのではないかと考えるところであります。

あとは、やはりこういう検索であればスピードがアップするというのもいいのかもしれませんが、あるいは、対比がよりしやすいようにする見せ方とかという点もあるのかもしれませんが。

ただ、我々自身はこれは今までも改善してきて少しでもお客様に役に立つようにしようと思ってきたわけでもありますので、正直言ってそのところはもっとプロの皆さん、民間でそういう業務をやっている方々の新しい知恵というものを本当に期待したいところであります。我々がわからないところ、気が付かないところには是非気が付いてもらって、どんどんそういった知恵をここにぶち込んでいただきたいと思いますところがございます。

○逢見副主査 あとは、サービスの質として要求されている部分で、5ページの「事業の実施にあたり確保されるべき質」で、新規登録件数が年間100件以上とあるのですが、絶えず毎年発掘すると毎年100件以上そうやってどんどん出てくるものなのかというのがちょっとよくわからないんですけれども、この100というのは経験的にはこういうものなのか。

○稲葉課長 やはりこのくらいはしてもらいたいなと思っているところであります。新しい見本市というのは、新しいビジネスを起こそうと思えますとそういうものは当然起こってくるものであります。

それと同時に、特に最近顕著なのは新興国、中国であるとかベトナムやインドといった国々で見本市産業がすごく盛んになってきております。どちらかという先進国ではもう飽和状態なのかもしれませんが、新興国では非常に展示会が増えているというのが現状です。一つの新しい見本市主催者が自分を登録してくれると、そこが年間10件とか展示会を開催しますので、恐らく主催者のベースでいきますと20社の主催者ぐらいがこの展示会データベースにアプローチしてくれて自分を登録してくれれば100件は容易に達成できると思います。

今、本当に展示会場などもすさまじく大きいものがどんどんできておまして、中国などでも広州に今12万平米の1つすごく大きいものがあるんですけれども、それがまたコピー、同じものをつくりまして24万平米に広げるとか、そういうものがあるんです。これはどんな感じかという、東京ビッグサイトが約8万ですから、東京ビッグサイトの3倍です。

そういう途上国あるいは新興国においても、この見本市のビジネスというのはすごく大

事だということが認識されているわけです。そういう点では、見本市の数はどんどん増えていきますので、しっかりとそういうものをきめ細かく見ていただければ、先進国だけの専売特許だった見本市が今は新興国の方にやや広がっていています。したがって、決して 100 件は難しい数字ではないと思います。

○逢見副主査 あとは、「ニ」のところに「コンテンツの内容の正確性を維持すること」とありますが、これはどこかでモニタリングしないとなかなかわからないですね。そこは、どうやってモニタリングするんですか。

○稲葉課長 私どもの方で、先ほど申しましたとおりメールマガジンを各月の 1 日と 15 日に配信します。そのメールマガジンのコンテンツの中に、今後開催される展示会を国内 5 件、海外 5 件、ピックアップしてもらい、そのところのデータを見てもらって、データを出してもらいます。

それは、メールマガジンの原稿を事業者さんから私どもにあらかじめチェックを求めてもらう形になります。そのチェックの段階で内容を精査いたします。それで、ちゃんとコンテンツが入っているかどうか。これは、モニタリングという観点でいきますと、そのメールマガジンに掲載していただきます 10 件に関してはモニタリングの対象という形をとらせていただければと思います。

○小林副主査 それは、抜き取り検査みたいな形になるんですか。

○稲葉課長 そうですね。抜き取り検査になりますね。そこは全部チェックして、そのところのデータがきっちり入っていれば、逆に言うと 3,100 件全部を一件一件チェックしていたら何のための業務委託かわかりませんので、そこはメールマガジンの方にまとめてきてくれている部分でチェックを行っていきこうと思っております。

○小林副主査 その検査の方法というか、モニタリングの方法というのは、この中に書いてあるんですか。それは書いていないんですか。

○稲葉課長 そこは書いていなかったですね。すみません。

○小林副主査 書いてあった方が、どういうふうにチェックされるのかなというのがわかると思うんです。

それで、さっきの 100 件以上ということですが、100 件以上確保していただきたいということはよくわかったんですが、さっき民間のノウハウというものを引き出したいとか、それを活用していただきたいというお話だったので、パフォーマンスのメジャーとしてこの新規登録件数というものが重要であるとすれば、そこに何かインセンティブみたいなものを付けられないかと思うんですけれども、そういう工夫はできないですか。

○稲葉課長 その点では、インセンティブが大切であることは十分我々も認識しているところでもあります。付けられたら本当にいいなと思っているところでもあります。

ただ、もちろんここは私どもも中小企業対策費を用いてやっているところでもありますので、原資に限りはあるわけなのですが、その方向で前向きに考えていきたいと思っております。ここはインセンティブ項目にできたらいいなとは本当に思っているところでもあります。

ただ、これは難しいですね。設定すること自体、例えば 100 件としているのが 200 件、20 件多くなったら契約金額の幾らにしてあげられるんだと言えるのか、言えないのかという問題もありますし、当然これをやる段階では予定価格……。

もちろん、予定価格というのは我々が J E T R O として払えるお金の中に収まっていな

ければいけないわけでありまして、それと実際の落札額との差額のところでしか正直言ってこのインセンティブというのは付与できないわけでありまして。そのこのところで、その余地がどの程度になるかがまず見えない段階でインセンティブ設定をどう設定できるのか。あるいは、何%増で契約金額に何%プラスするだとかというところの設定の方法というので、むしろ妥当な在り方というものについて、より一層研究していく必要があるのかなと思っているところであります。

かつ、ここの新規の登録 100 件というのは非常に重要なものでありますし、そういったところに新たな工夫、努力の結果というのは表れると思うんですが、全体の業務の中でここだけが大きなウェイト、圧倒的なウェイトを占めているというわけでもございませんので、その辺の業務のウェイトというのもそれぞれ判断した上で、ここの新規の登録が仮にこの全業務の中で 10%を占めるならば、その 10%を達成すべきところで何%の目標に対して何%超えた形で達成したんだから何%やるとか、そういうメカニズムをつくらないといけないと思っています。

むしろそういったところでは、先に走っていらっしゃる皆様の事例などをより一層研究して、工夫、検討していきたいと思っていますところでございます。いろいろ御示唆いただけたらと思っていますところであります。

○逢見副主査 インセンティブを設定している先行事例は幾つかありますから、これにうまく類似したものがあるのかどうかはちょっとわかりませんが、やはり何かあった方がいいですね。

○稲葉課長 やる気になってもらいたいし、一生懸命やってもらいたいですね。そういうメカニズムがあるに越したことはないと思っております。

○小林副主査 予定価格という話が出たのでちょっと確認するんですけども、先ほど 17 ページの「従来の実施に要した経費」のところで常勤職員の人件費や物件費、委託費等があるじゃないですか。つまり (a) で算定されたところというのは、今やらなければいけない業務をやるのに使われた経費と考えていいんですか。それとも、この委託費等の部分だけが今回出した業務ですか。

○稲葉課長 主に今回、対象になりましたのは委託費の部分であります。プラス常勤職員の部分も今回、少し部分的には入っていますが、やはりうちの方としてはこれを管理する人間は最低 1 人はどうしても置かなければいけないと思っております。

○小林副主査 その常勤職員の部分というのは、全体のそのこの業務を監督する人という位置付けですか。

○稲葉課長 そうです。

○小林副主査 物件費の部分も入れていいんですか。物件費プラス委託費等ですか。

○稲葉課長 物件費は、JETROの施設の部分なんです。

○小林副主査 JETROの施設でこの業務をやるために印刷製本費や通信費などがかかったということなので、それプラス委託費を見ていいという感じですか。

○坪井日本貿易振興機構企画部企画課長代理 御説明させていただきます。

こちらの人件費、物件費、委託費、今、(a) のところで書かれておりますのは、現在入札対象範囲とさせていただいているところに過去関わっていた経費ということでございますので、こちらに書いてある金額相当のものが基本的には入札対象範囲とイコールのものになるということでございます。

○**小林副主査** 多分インセンティブを計算するに当たって、この達成した業務というのが、ここに質のレベルが設定されているわけですが、これを達成するとどういった経済的な効果が出てくるかということのカウントすることが基本的には必要なんだと思うんです。

それで、例えばJETROのほかの業務の中でそういった経済効果のカウントみたいなものはされたことがあるんでしょうか。こういうJ-messeのような活動をした結果、それが経済的に与えたインパクトみたいなものを測ったことなどはあるんですか。

○**稲葉課長** 例えば、私どもで展示会を開催します。あるいは、日本の中小企業が特定の外国などの展示会に出品する。そして、日本企業をひと塊として日本パビリオンを形成して出品してもらいます。そういった場合には、当然そこにおいて40社が出品いたしました。各社さんで平均50件の商談がありましたので、2,000件の商談がありました。そのうちの10%は会期中に成約に至りましたので200件の成約があり、1件当たり1万ドルで200万ドルの成約が達成されましたとか、そういうことは常に我々事業をやった上での成果としては把握するようにしておりますし、そのところは把握しております。それをもって経済効果と言えるのならばそうなるんだと思います。

ただ、これに関しましてはデータベースでございまして、やはり常に鮮度をよくし、新しい展示が出てきているという状況があるのならば、新規の登録というものが無いといけない。データベースとしての鮮度であり、新たな情報というものが確実にビジネスを行おう、新たにビジネスを開発しようと思っっている方々に御認識していただけるようにしたい。情報を提供していけるものでありたいという気持ちであります。

○**逢見副主査** あとは、8ページの加点審査項目で(ロ)のaの「見本市・展示会・イベントのデータベースの管理・運營業務を行ったことがあるか」ですが、データベースの管理・運営というのは実際に国内で見たときにこういう業務をやる業者というのはかなりいるんですか。

○**稲葉課長** 展示会のデータベースは、このJ-messe以外にも複数ございます。

ただ、海外の部分まできっちりとカバーできているものは、J-messeに対抗できるようなものは我々はないと特に自負しております。海外の情報を入れさせていただいているという点では強いと思います。

ただ、国内でいきますと、こういったところでイベントがありますといったことで、展示会も一つのイベントとして、ほかのイベントなどと合わせてデータベースを管理するようなどころというのはあるんだと思いますし、例えば地方自治体さん辺りでもやはり村起こし、町起こし、あるいはにぎわい創造という観点から、こういうイベントをたくさんやりましようと言って、実際に各市町村さんなどでイベントの企画案が出てきますと、それを取りまとめて例えば県の単位等でこういうデータベース化している例というのはあると思いますので、当然そういった業務が出てくればそれを受注されている、もちろんこれは規模の問題はありますが、そういったデータベースというのは作成されているものと我々は認識しております。

○**逢見副主査** 「実績」とあって、「実績の質・量に応じて0～20点」で、aは10点ですが、上の企画案などは3点とかですから、こういうところは大きいですね。差が出てきますね。だから、相当実績評価の加点じゃないかという印象があったのですが、むしろ聞いていると何か企画内容の方がもっと重視されているような感じもしました。

それから、次の9ページに「見本市等に関する専門知識を有し」とありますが、ここで

いう専門知識とはどのぐらいのものを言うんですか。

○稲葉課長 先ほど部長の中村が申しあげましたけれども、B to Bの展示会とB to Cの展示会の違いはやはりしっかりと認識してわかってもらいたいということです。それは消費者に対して訴え掛けるものなのか。

例えば、ここの展示会でも非常に規模の小さいものなどに関しては、展示面積ネットが1,000平米未満のすごく小規模なイベントは掲載するのはやめましょうとしているわけです。つまり、出品者の数も少ないですから、なかなかそこにいってもビジネスができるというわけではない。小規模で、例えば1社でやっているような展示会などもあるわけで、それも展示会と言えるわけです。

そういう展示会、つまり1,000平米のものはどういうものなんだということを展示会の性格としてある程度わかってくれるような、少なくともその程度の基礎的な水準がないと、話がなかなか通じないわけです。全部一から教えていってあげなければいけなくなってしまいますので、例えば展示面積、ネットといった場合、このネットというのは何なのかという話ですね。

この部分は御認識いただきたいんです。展示会をやる場合は見本市の会場の中にブースをたくさん建てるわけですが、パブリックスペースがあるわけです。パブリックスペースを除いた実際にブースが建っているところがネット面積というわけですが、そういった展示会の基礎的な部分というのは少なくとも認識しておいていただきたいというので、こちらに「専門知識を有し」という形で記させていただいているところでございます。

○逢見副主査 要するに、企画書で出すわけでしょう。今、言われたようなことをどうやって企画書に書けば、専門知識というのを入札参加者が理解してもらえるかということですね。「見本市等」だけではやや抽象的な感じがして、見本市の何々とか、もうちょっと幾つか例を挙げたらどうでしょうか。

○稲葉課長 舌足らずだったかもしれません。検討させていただきます。

○小林副主査 先ほどのインセンティブについてですが、ここに書いてある質のレベルを達成して、それに更に付加価値的に経済効果などのインパクトが見込めるということが評価できたときには、その予定価格の範囲内でボーナスみたいなものをあげるといったら変なんですけど、そういうようなことが書き込めないですか。これは、事務局に聞いた方がいいんですか。

つまり、算定式をつくるのは、先ほどこれが200件だったらどうなんだという話があって、かなり難しいと思うんです。ある意味、かなり複雑な算定式になってしまうかもしれない。だから、その部分を予定価格との範囲内で差額分の中でそのパフォーマンスを上げたと総合的に評価して、特に100件の部分を新規登録件数というものを重視してウェイト付けして、それ以上に達成した場合には予定価格の範囲内でボーナスと言ったら変なんですけど、そんな書き方をするとアバウト過ぎるんですか。

○事務局 一応その中で、例えば伸び率がどれぐらいであるとか、その伸び率に対して何%という決りをすれば、今回は初めて事業を対象としてインセンティブを設定するというのもございますが、ある程度基準は記載できるのではないかと事務局としては考えております。

ですので、そのような形で、もちろん支払える金額の上限があるかと思っておりますので、そ

このところはその範囲内ということで、ある程度これくらい伸びたから、この伸び率に対してこれくらいのパーセンテージの額を払うということで、ちょっと御検討いただければと思います。

○稲葉課長 私からも質問させていただきますが、ただ、これはものすごく難しいですね。予定価格を仮に 2,500 万に設定していて、8割くらいとしましょうか。それで、2,000 万で落札してくれれば、その 500 万が範囲になりますが、落札額を思い切り勝負してきて 1,000 万でやってきたら、その差というのはものすごく大きくなってしまいますね。つまり、ボーナスとして使える範囲がですね。

そうすると、逆に大体予定価格 2,500 万のところ、2,000 万くらいで落札がくるのではないか。そのところはまさに見込みでやってみないとわからない話ですね。そこをやった上で、差額の部分というものがどれだけ出てくるかによってここにあらかじめ書き込もうかと思うと、こうやった場合には何%オンしますよ、何%オンしますよというのをあえて入れておくと、2,480 万でやったとしたら実際に何%とかとあって、それを達成した場合には書き込んでいたことが守れなくなってしまいますね。

○小林副主査 ただ、入札に参加する企業は、やはり予定価格の範囲内に入らなければいけないということと、それからどの程度頑張ればいいんだということを考えると思うんです。それで、サービスの質を一応こうやって設定されていますけれども、これを最低限達成した上で低コストでなるべく入れようと、取りたければそういう努力をしますよね。

そうすると、取れたとしたら、結局そこから頑張ろうとするかという意味なんです。つまり、可能性として予定価格よりも頑張って随分低い価格で入れて、これでぎりぎりなんだけれども、でも頑張れば頑張ったなりのボーナスが出るよというようなことが付け加えられていれば、最初からないよりはそれなりにモチベーションが上がると考えられると思うんです。

この算定式を開発するのは結構経験が必要だと思うので、今すぐにこの質のレベルでどういうふうに算定したらいいか。150 件になったらどうかとか、200 件になったらどうかということで、どういうふうに測定していくかというのはすごく難しいので、含みを持たせた形で何か書き込めないかという意味なんです。だから、それが余りにもぼんやりしていて、何のモチベーションにもならなければ全然意味がないので、どのぐらいのぼんやりさで書けるのかということを経験との間でやり取りをしてもらったらいいかと思うんです。その間に、やはりパフォーマンスの面をどうやってメジャーしていくのかということ、こういう経験を積みながら考えていくことが必要だと思うんです。

質はここまで達成すればいいとベースラインを決められてしまうと、そこまでしかやらないというのがやはり民間だと思うんです。そこまでやってコストはこれだけ下げますということだけれども、コストを下げた努力と、それから質を上げた努力というのをやはり測ってもらえたら、その分は頑張ろうというか、創意工夫を引き出す呼び水になるんじゃないかと思うんです。だから、余りリジットに書いてしまうと大変なことになってしまうかもしれないので、その頑張った分の評価をしますよということを何らかの形で予定価格との絡みで書き込めないかという工夫をする余地はあるのかなと思うんです。

○事務局 これは実施要項に書きますと契約の一部になりますので、これくらいの実績だったら幾らというのは大体わかるようなものである必要はあると思うんです。

ただ、今回は予算の制約が出てくるということですので、予定価格との差分を上限にし

てというような書き方をするとか、予算の制限の範囲内というような書き方をするとか、そこはいろいろ書き方はありますけれども、上限はありますということは書いておく。

それで、むしろ頑張ったらどれぐらい増えるかというのを、2倍にできるのか、頑張っても1割ぐらい増やすのがやっただというところなのか。その辺でその刻みをどうするかというところが変わってくると思いますので、その辺の経験値みたいなものがあれば、そこをむしろよく考えていただいた方が、いいインセンティブになるのではないかという気がするんです。

○**稲葉課長** 考えます。

○**事務局** その辺は相談させていただくようにしたいと思います。

○**関参事官** ちょっと補足しますと、先ほど委員から御指摘のあった8ページ、9ページの評価方法のところですけども、企画案のところでは15点、実績のところでは20点、その表現についても御指摘があったところですが、この辺の点数のバランスとか、その辺はまた後で事務局とも少し相談させていただければどうかと思います。

○**稲葉課長** かしこまりました。お願いします。

○**小林副主査** それでは、時間となりましたので、本日の審議はこれまでとさせていただきます。

事務局からはそれでよろしいですか。

○**事務局** 先ほどのインセンティブのところと、企画書の評価の点数の配分のところをまた相談させていただきながら検討させていただきたいと思いますので、よろしく願いいたします。

○**小林副主査** それでは、少し事務局と調整をして、それで実施要項(案)を公表してパブコメに付すということではよろしいでしょうか。

○**事務局** 調整させていただき、その結果をまた先生にお示しさせていただいて、その上でパブコメできればと思っております。

○**小林副主査** それでは、今のようなプロセスでパブコメに付して次回の審議で議了するという方向で調整を進めたいと思いますので、機構におかれましては今日いろいろ議論をしたところを踏まえて検討していただいて事務局と調整をしていただきたいと思います。よろしく願いいたします。

○**稲葉課長** どうもありがとうございます。

(日本貿易振興機構退室)

(国立協力機構入室)

○**小林副主査** 続きまして、「国際協力人材センターに係る業務委託」の実施要項(案)の審議を行います。

本日は、国際協力機構国際協力人材部大石部長に御出席いただいておりますので、前回の審議を踏まえた実施要項(案)の修正点等について御説明いただきたいと思います。御説明は10分程度でお願いできればと思います。

○**大石国際協力機構国際協力人材部長** それでは、JICA人材部の大石です。どうも本日はありがとうございます。

前回の御指摘を踏まえまして、私どもの方で修正しまして、主に3点ですね。修正点と

しまして、まず1点目はセミナーの開催に関わる委託費の支払いの方法について若干随契とみなされる部分があるという御指摘もいただきまして、総価で入札をするように徹底いたしました。

それから、2点目として、民間業者が行うべき業務内容に若干あいまいな、不明確な部分があるということで、その部分を、より明確にし、かつ過去の業務量の変遷がわかるようにその業務量の実績を明確にいたしました。

3点目につきまして、サービスの質として設定される指標について若干疑問があるということで、これについて現在我々は内部的に幾つか調査をしております、そのアンケートの調査結果も踏まえましてもうちょっといい改善案ということを、追って説明したいと思います。

では、もう少し詳しい内容については田和の方から御説明いたします。

○田和国際協力機構国際協力人材センター課長 それでは、補足的に説明させていただきます。

まず、1点目の懸案でございました委託費の支払いの部分でございます。ここにつきましては、実施要項（案）の5ページのところがございます「キ」のセミナーの種類というところの①を若干変えておまして、なかなか3年間でどこでいつ実施するかというのは難しいんですが、一応我々としては想定を置きました。

それで、ここに書いているとおり、開催地及び3年間の開催回数というものを行いまして、東京が年1回で計3回、札幌、名古屋、九州、沖縄それぞれ1回、それからこれは関西圏を想定しておりますけれども、神戸で2回ということでやっております。このうち、その3年間で地方におきましては2回ずつ機構が主催するセミナーというものを実施していくというような形で指定をしております。そういう意味では、その中でこの民間事業者がそれぞれの見積もりを行っていただいて、総価で競争に臨んでいただくという形で整理をいたしました。

2点目でございますが、業務の範囲についてです。これまでの案でございますと、機構の職員の旅費であるとか、講師の旅費・謝金については民間事業者が機構内のシステムを活用して手続を行っていただくというところがございました。それで、委員会の方から御指摘等をいただいて、ここは偽装請負等の誤解を招くのではないかという話もちょっとございましたので、そういう細かな指示をする。決して我々はそういう趣旨ではございませんが、やはり疑わしいところであれば改めるべしということで改めました。それで、基本的にはその部分はJICAが行うということで整理をさせていただいております。

もう一つは、業務の内容があいまいで、またそこを逐次、例えばJICAが指示をするような形になっているのではないかと御指摘もいただきましたので、その辺も改めて見直しました。具体的には、前に皆さんからも御指摘いただいて、ちょっとやらせ過ぎですかねなどというところで申し上げた、我々がセンターのサービスとか、そういうものを向上させるためにいろいろな調査とか、そういうものを行うところを、実施者の立場として何か提言をいただくというものだったのですが、そこを改めまして、我々が行う調査において実施者の立場としてコメントとか、そういう助言をいただくというレベルにいたしました。

つまり、彼ら自身に何か調査を行って何か提言を出すというのではなくて、我々がやっているプロセスの中で、ユーザーからこういうような意見がありましたよとか、そうい

う意見を直接いただくようなレベルにしました。そういう趣旨ですが、またはそういうような会議というか、打合わせに出席いただいてコメントをいただくという程度に収めたということでございます。

3点目の情報開示でございますが、お手元の資料の34ページにあると思います。後ろの方です。前に委員の皆様方から、広報活動でどんな広報をやったのかというところを年度別に書いたらどうかというような御助言をいただきました。そこについては、「PARTNER」のコンテンツ開発の履歴というような形で34ページの下のところでございますが、広報活動ということで18年度、19年度、20年度ということで我々が改定を行いましたホームページのコンテンツの内容を年何回くらいやっているかということに記載いたしました。

実際には、ページ何枚分とか、情報量何メガということも考えたんですけども、実は写真の量などが掲載されていたりすると、またそれだけで変わってしまいますので余り意味がないということで、実際にホームページを見ていただいて、この部分が変わっているんだなということを見ていただければ、どれぐらいのコンテンツの改定をしているかということがイメージできると考えまして、このような書き方にしております。

4番目のサービスの質のところでございます。幾つか、事務局を通じましても御指摘をちょうだいしております。

1つはアンケート調査で、回収率を質として設定するのは民間事業者の過度な負担にならないかというような御指摘だと思います。実際には、我々は基本的にはこれまでの実績を踏まえてアンケートの回収率なり、そういうものを設定しているつもりでございますけれども、特に今まで実施してこなかった登録団体へのアンケート調査であったり、メール相談におけるアンケート調査については、回収率とか、そういうところがデータとしてございませんので、そういうところについて設定するという事はなかなかベースがないものですから難しいのではないかという御指摘だと理解しております。

そのところにつきましては我々の方でも検討いたしました結果、メール相談につきしはここの部分を取り下げたいと思います。もちろん作業といいますか、業務の中でアンケートを取っていただくということは続けたいと思っているんですけども、質の確保という意味でそのところについては取り下げたいと思います。

では、登録団体への調査はどうするのかというところでございますが、実は我々も現在、独自に今いろいろな団体に我々のパートナーの事業というのをどういうふうに改善したらいいのかというところについて自分たちで検討をしているところでございまして、8月の段階で全登録団体、370団体にアンケート調査を実施しようと考えております。それで、その中において満足度とか、どういうふうに使われているのかというところも聞こうと思っております。その回答が8月の下旬くらいに返ってくる予定でございますので、とりあえずそれをベースにサービスの質にさせていただければどうかと考えているところでございます。

ちょっと言い忘れてましたけれども、メール相談の方とか、団体登録なり、我々のパートナーのサービスを活用されている方につきましては、我々は利用規程というものをつくっておりますが、利用規程を改定いたしまして、こういうサービスの向上のためにアンケートを取る場合は可能な限り協力してくださいということを利用規程の中に含めようと思っております。今年改定いたしますので、そういうところも入れることによってできるだけ

アンケートの回収率を高めるというような努力も並行して行うつもりでございます。そこがアンケートの調査でございます。

もう一つ、セミナーの参加者数を質として設定している。セミナーの内容につきましては JICA が最終的に決定するものなので、そこは民間事業者の質を求めるところにはちょっと厳しいんじゃないかという御指摘だったと思います。そこにつきましては、我々はこの考え方でどうか。まだこれは御議論といいますか、御意見を賜りたいと思っております。基本的にはセミナーの構成要素であるいろいろなセミナーの中の内容につきましても、個別キャリア相談というものを実施者が相談者からやっていただくということも大きな部分を占めております。

もう一つは、セミナーはこれまで数年やっているわけなのですが、その内容は大きく変えるつもりはないんです。つまり、同じようなセミナーをこのようにやっていく。もちろん、会議の開催の仕方などの工夫をしていくのは当然ではございますが、そのコンテンツの内容的などところにつきましては大体定型といいますか、決まっておりますので、そういう意味では内容をそれまでのものと大きく変えない方向で考えております。

そういう意味では、広報のやり方とか、そういうところによって大きく左右されると思われまので、これまでの実績をベースにさせていただければ、それほど民間事業者に我々の内容が何か問題で満足度が上がったたり下がったり、もしくは集客数が大きく増えたり減ったりするものではないのではないかと考えておまして、その辺も含めまして御意見を賜りたいと考えているところでございます。

最後になりますけれども、インセンティブの設定のところでございます。ここについては、基本的には我々は情報提供件数につきましては毎年 2% の増加という形です。

すみません。参考資料を事前に配るのを忘れておりました。これは、前に口頭で申し上げましたけれども、我々がこれからの業務の質のところでも求めようとしているこれまでの情報提供件数なり、新規登録者の実態、実数なんですね。これをごらんいただければと思います。

基本的には 15 年から稼働しておまして、情報提供件数からしますと 716 件から 1,800 件、2,200 件というような形でどんどん増えてきているわけです。それで、アップ率も 160% から 10% と 2% までいっているという形で推移しております。

しかしながら、前回は申し上げたと思うんですけれども、平成 19 年につきましてはシステムメンテナンスということが長期間ございまして、若干数が少なくなっているということでございます。我々の想定では、少なくともこれよりも 100 件くらいは多いのではないかと考えている次第でございます。

事実、実はこのシステムメンテナンスで我々はそういうことが余儀なくされてしまったわけなんですけれども、今は安定稼働をしておまして、この四半期、つまり 4、5、6 で年度が変わりますから、4、5、6 の四半期の情報提供件数を見ますと、合計 881 件あったんです。それで、これを例えばこのまま 4・四半期になりますから 4 倍にすると 3,524 件という形で、また上昇するという形になっております。

ただ、これをきれいなトレンドでこういうふうに表示というのはなかなか難しいところもありますし、ごらんのようにアップ率につきましては昨年の問題があった段階でも 2% まではありましたので、そういう意味では十分こういう数は維持できるのではないかと考えている次第でございます。そういう意味では、アップ率 2% というのは決して高い数で

はないと我々としては判断していると考えております。

もう一つ付け加えて申し上げますと、今年の10月には国際協力銀行の有償資金協力の部分の統合がなされます。その中のJ B I Cのところには専門調査員という専門家の職種がございます。その方々は今年の10月からでも大体100人、来年、年間で少なくとも200人増えるんです。その方々の公募公示の情報も当然ここの中に乗ってくると考えておりました。そういう活動を入れるとむしろ低過ぎるくらいではないかという数に、寝ていてもとは言いませんけれども、自動的に広報活動によらなくてもJ I C Aのシステムによって数が増えてくるといふところもございますので、決して民間事業者に対して厳しい設定値ではないというふうにご覧いただくと考えているということでございます。

ただ、下降トレンドをどういふふうにご覧いただくかということもございまして、少なくとも2%くらいまではできないと困るのではないかと考えているということでございます。

あとは、新規登録者も同じでございます。この表でいきますと、1,300とか1,200名というのを毎年やっているんです。それで、毎月我々は1,100名以上の登録者をいただいております。先ほどの四半期の報告書から見ますと、今年度の新たな人材登録者の数といたしましては毎年147ないし136、190ということで4、5、6で合計460名くらいの方がきていふということですので、かなり超過してきています。そういう意味では、毎年1,200名の方々の登録を目的にしても、それほど大きな問題だといふふうには考えていないということでございます。以上がインセンティブについての考えです。大体そのような形です。

あとは、もう一つ申し上げますと、先ほどJ B I Cの統合の話で100名以上の方、毎年200名以上の方がこういうものを通じて登録されますので、この数も当然増えていくと考えているということでございます。以上です。

○小林副主査 ありがとうございます。それでは、ただいまの説明につきまして御意見と御質問をお願いいたします。

○逢見副主査 前回の審議を通じて幾つか修正していただいたところがありまして、特に委託費の支払いの方法、業務の範囲のところとか、こういったところは率直に言って従来の随契でやっていた部分の感覚がそのまま当初は表面に出てきているという感じがありました。そこは、やはりグレーな部分は廃止して、きちんと業務委託として明確に何が委託される業務なのかということが、修正したことによってかなり明確になったと思います。

そういう意味で、実施要項はこういうふうになるわけで、これでいいと思いますが、要は頭の切替えが重要だと思いますので、実際に業務を委託する際にも十分そうしたいわゆるグレー的なものがないようにきちんとした委託という概念でやっていただきたいと思っております。

あとは、やはりサービスの質のところ論点になるんだらうと思うのですが、このセンター業務のミッションは国際協力業務という、広く言えば日本という国が海外からどう評価されるかということ、志ある人たちをうまくいい仕事にマッチングさせてあげるための非常に重要な業務だと思っております。そういう意味で、志ある人たちがセミナーに参加する、あるいは一方で団体の側からもちゃんとした求人が出てくるということ、双方から、団体からも、それから個人からも信頼される、そして満足度のあるということだらうと思っております。

それは、やはりアンケートでしかなかなかそういうものを知る手立て、評価する手立て

はないと思いますので、アンケートでいいと思うんですが、回収率を設定することはどうかということがありますね。そこをどういうふう考えたらいいかということ、統計上というか、集計するときには有意なデータは集まらなければいけない。しかし、別に集めることが目的になって、目的と手段が混同されてはいけないということだろうと思います。

そういうときに、70%以上の回答を集めなさいとかというふうな表現になったときに、手段が目的化されるということにならないかということがちょっと懸念されているんですが、その辺はどうなのかということです。

○田和課長 おっしゃるとおりだと思います。回収率につきましては、目標値ではないんです。我々としては、最低限の閾値的なものとして考えるべきなんだろうと思います。

当然、数が少なくて5通しか集まりませんでしたといったらそのアンケートの質は測れないものですから、そこは余り必要以上に高く上げるということは今、逢見副主査がおっしゃったように、目的化しているようにとられるところもあるのではないかとは思われます。そういう意味では、もう少し下げてもいいのかもしれない。その辺は、我々としても検討させていただければと思います。少なくとも統計的にとどこまで言えるかどうかはわかりませんが、有意な数をもらうということが我々の趣旨でございますので、その観点からもう一度見てみたいと思います。

70%というところまで必要なかどうか。それが過去、実績としてたとえあったとしても、それが必要かどうかというところの御指摘かというふうに理解しましたので、考えたいと思っています。

○徳山企画官 修正の方向としては、登録団体については8月に実際アンケートを取ってみて、その実績に基づいて70%がいいのかどうかというところを見直す。それから、キャリア相談の面談については、面談だからこれはアンケートが取りやすいということで90%というものを残す。

ただし、メールというのは実績がないので、メールの回収率の60%は落とす。ただし、メール相談の場合もそういうアンケートをやるのであって、キャリア相談とメール相談の全回答者の8割以上から満足、おおむね満足というところは変わらないということですね。

○田和課長 そこは変わりません。質のところは変わりません。

○徳山企画官 ただ、回収率の要件はキャリア相談、面談についてのみあって、メールの相談の回収率の要件はないという方向で見直しを御検討されるということですか。

○田和課長 ただ、その数自体も今、逢見副主査の方からありましたけれども、目的化しないように、敷居を余り高く取る必要はないという趣旨だと理解しましたので、その点についても改めて考えていきたいと思っております。

○小林副主査 8ページの「ア」の「登録団体を対象とした満足度アンケート調査の結果」というところでいいんですね。この下のところに、「掲載を1件以上行った団体が70%以上の回答を得ること」と書いてあるじゃないですか。これは、ここが目標になっているような書きぶりになっているんですね。だから、そこもちょっと工夫していただいた方がいいんじゃないかと思えます。

○田和課長 ちょっと書きぶりというところもありますね。

○逢見副主査 最初に満足以上の評価を得ることというのがあって、次に回答を得ることというのがあると、全く同列に要求しているという感じがあるので、ちょっと書きぶり考

えた方がいいですよ。

○田和課長 そこはちょっと考えてみます。

○逢見副主査 それから、「エ」の新規人材登録者 1,200 名以上というのがありますが、これは例えばこういう国際協力人材といった場合に、予期せぬ事態みたいな、例えばどこかで戦争が起きるとか、あるいは大規模なテロが起きるとか、そういうことによってやはり引いてしまうというようなこともあり得るんじゃないかと思うんですが、そういう民間事業者の責によらない不可抗力的なことというのは配慮すべきじゃないかと思います。

○田和課長そこは、当然配慮すべき部分だとは思っています。我々は何が何でもこれを達成するというのが趣旨ではなくて、サービスとしてこういうものを目指してほしいというものでございます。こういうインセンティブというところも、実は我々にとっては初めての経験でございまして、気持ちとしてはそういう意味で考えております。

○逢見副主査 それから、次のセミナーです。このセミナーそのものは機構が主催するわけですね。そうすると、満足した、しないというのはやはりそのセミナーの中身、行って聞いてみたけれども、正直言ってがっかりしたとか、そういう場合には委託の事業者はその責任があるのではなくて、機構そのものの企画内容に問題があるということですね。

○田和課長 アンケートということですね。御指摘はもっともだと思っております。我々どもの添附している資料の後ろから 2 枚目、3 枚目が正式なんですけれども、

すみません。今日の資料には付けていなくて、前回お付けしていたと思うんですけども、人材セミナー〇〇アンケートという案がございまして、それが我々どもが実際にセミナーのときにお配りしていただくと考えているアンケートでございまして。それで、後ろの方の 2 枚目の囲いのところがございまして、運営の部分についてそこを聞こうとしております。まさしくそのセミナーで問う質はその部分でございまして、セミナーの内容というよりも今回の会議の部屋の設定であるとか、準備、段取りもしくはお知らせの仕方とか案内とかがきちんとやられているかどうかというところを評価するというところでございますので、いいんじゃないかと思っております。

○逢見副主査 あとは、インセンティブの 10 ページで、後で追加でいただいた資料で 2 %の数字の意味するところは大体理解しましたが、今度は 5 %を下回った場合にディスインセンティブということになりますね。この 5 という数字はどういうふうなイメージですか。

○田和課長 2 %とか、上がる方は達成しても我々は報奨として差し出すことについては問題ないんですけども、下がること、さっきも申し上げましたようにトレンドからするとなかなか読めないところがあるんです。

我々としましても、ディスインセンティブを取るというのはかなりの根拠がないということでは取れないのではないかと。そういう意味では、かなりの変動幅があつてからでないというディスインセンティブというのは取るべきではないという考え方に基つきまして 5 %、ここまでは最低限やっていただきたいというつもりで設定いたしました。

それで、皆様の方から御指摘いただいた、確かに最終年度において 5 %マイナスになったとしても、19 年度のものに比べればそれ以上のものを達成しているのでもいいのではないかと。というような御意見もあったと伺っておりますけれども、我々としましても先ほど申し上げたように 100 人、200 人規模の人が新たに登録していくということもございまして、これまでのトレンドというところから考えますと、当然同じレベルということは余りないのではないかと。

むしろこれぐらいを達成しないと、委託によって効率化されたのではないんじゃないかと国民から言われてしまうかと思っております。随契とは調達の仕事が違いますので、それを比較するというのは違うのかもしれませんが、今までどおりやってもそのトレンドで確保できているものだからと言って、それを下に設定するという事は余り好ましくないのではないかと考えまして、そのような考え方で目標というものを設定しているという次第でございます。

○逢見副主査 さっきJBICの関係で、100から200の増はある。そうすると、確実に情報提供は何も努力しなくても増えるんだということですか。

○田和課長 はい。今、JBICさんとは統合の段階でのいろいろな打合わせをしておりますので、これで何名という形ではなかなか申し上げられないのですが、今そのような形で我々は国際協力人材部としても準備を始めているところでございます。

○小林副主査 でも、減額が少し大きくないですか。かなりパニッシュみたいになっているんじゃないかと思うんです。そうすると、そのリスクテイクを民間事業者がどうとらえるかというところがあると思うんです。だから、もうちょっと慎重にした方がいいんじゃないかという気がしないでもないです。

○田和課長 我々は、ここは本当にセーフティネットといいますか、それが起こることを想定して設定しているものではないものですから、若干御指摘のように数が大きいという考え方はあるのかもしれませんが、基本的な考え方といたしましては、例えば1,200人を確保する事業が100万円できたとしたら、200万円払えば2つできるわけです。それが半分になったら例えば50万円の効果しかなかったということから考えると、それが95%の人数で5%マイナスになれば5%のパニッシュメントといいますか、ディスインセンティブというものをセットしても、そこはお金の使い方としては問題ないのではないかと。

ただし、おっしゃったようにいろいろな事情、国際環境とかいろいろな人材の環境とかというところは我々も勘案する必要がございます。そこについては10ページの「オ」のところを書いてございます「但し、長期間に亘るシステムのトラブルの発生等」というところなのですが、「民間事業者の責任に起因しないと機構が認める場合はこの限りではない」というふうに書いておりました。その辺は当然我々も対等な契約者として協議しながらそういうところでのディスインセンティブというところの適否をしていくということが必要かなと考えております。

○小林副主査 この書き方で十分なんでしょうか。

○田和課長 システムトラブルだけでなく、もう少し含みを持たせて、国際環境とか…

○逢見副主査 「エ」で言うと、先ほど言った戦争とかテロとかということもあるから、システムトラブル等だけだとなかなか読み取れないですね。

○田和課長 読み切れないということですね。そこは今、申し上げたシステムトラブル、国際環境などというような状況を踏まえて何とかというふうにするようにいたします。趣旨としてはそういうつもりでございますので。

○関参事官 表現の部分でよろしいでしょうか。今の10ページの「エ」のところなんですけれども、これは「ア」、「イ」、「ウ」、「エ」、「オ」を達成しというところの表現は必要ないのではないかと思うんです。「ア」と「イ」と「ウ」は達成するだけで2%増は払われないんですよ。ですから、誤解を招かないように、単に「ウ」について2%超過、「エ」

について 10%超過を達成したとか、「ア」と「イ」と「ウ」について触れる必要はないんじゃないかと思います。

○**田和課長** 我々としましては、「ア」と「イ」と「ウ」と「エ」というものは、すべて達成していただかないといけないと考えているんです。その上で、更に「ウ」については2%、「エ」については10%という考え方でございます。つまり、1か所の部分で何かでこぼこできて、数は達成されたけれども、質はぼろぼろだったというときにはやはりだめなんだろうと思います。そういう趣旨で書かせていただいております。

○**関参事官** そういう趣旨ですか。では、この2%増が払われるのは「ウ」について2%超過と、「エ」について10%超過、これは両方が達成される必要があるということですか。

○**田和課長** そういうことです。更にということですか。つまり、通常、敷居をここで設けてございまして、少なくともここまでは達成してくださいねと。インセンティブですから、それを達成した上でこの部分を超過すればインセンティブとしてお支払いしますという考え方です。

○**関参事官** 御趣旨はわかりました。

それから、細かいかもしれませんが、「オ」の目標というのは件数の目標ですよ。いわゆる2%ずつ増加させるといふところのことじゃなくて、件数の目標を5%ということですね。伸び率ではなくて。

○**田和課長** そのとおりです。そこはちょっと表現が不十分でした。

○**小林副主査** それでは、時間となりましたので、本日の審議はここまでといたします。事務局から何かありますか。

○**事務局** 1点確認させていただきたいと思います。最後のディスインセンティブのところについては、今回記載している基準で進めさせていただいてもよろしいですか。

○**逢見副主査** 「但し」以下のところを修正すると。

○**事務局** 修正するということですね。

○**小林副主査** だから、参入される方にとってかなりネガティブな記載ぶりにならないようにした方がいいということだと思ふんです。今までの経験から言えば、それだけ目標達成するというのは予測されるし、また期待されるわけなので、それは達成していただきたい。だからインセンティブを設定しました。だけど、事業者の責めに帰さない部分を除いて業務努力が余りかんばしくないときには、それだけのものをしますという意味合いなんですね。

だから、5%とか何かというのがかなりダメージだというふうに参加する事業者が思わないように、よりポジティブな方に光を当てていただくように書いていただいた方がいいということですね。

○**事務局** アンケート調査の回収率の記載ぶり「オ」の記載について御検討いただきまして、それを事務局の方にいただいて、また委員の方に個別に確認させていただいて御了解がいただければ、パブリックコメントという形にさせていただきたいと思ふます。

○**小林副主査** それでは、そのようなプロセスを進めたいと思ふます。

本実施要項（案）につきましては次回の審議で議了するという方向で調整を進めたいと思ふますので、機構におかれましては本日の審議を踏まえてそれで引き続き検討していただくようお願いいたします。また、事務局から連絡があった件について調整を進めたいと思ふますので、よろしく申し上げます。

では、本日はありがとうございました。

(国際協力機構(国際協力人材センター)退室)

(休憩)

(国際協力機構(海外移住資料館)入室)

○小林副主査 それでは、審議を再開いたします。

続きまして、「海外移住資料館の管理・運營業務」の実施要項(案)の審議を行います。

本日は、国際協力機構JICA横浜の高井所長に御出席いただいておりますので、前回の審議を踏まえた実施要項(案)の修正点等について御説明いただきたいと思います。説明は、10分程度でお願いしたいと思います。よろしく申し上げます。

○高井国際協力機構JICA横浜所長 それでは、前回御指摘いただきましたところで、まず委託費の支払いについてでございます。

御指摘については、特別展示については過去の実績に基づき、委託期間中の実施回数、規模等について想定を置く。また、その想定に基づいてセミナー実施経費についても積算を行わせ、入札金額に含んだ形で提案させるとの御指摘でございました。

これについては、御指摘のとおり特別展示・企画展示につきましては開催回数を決定いたしまして、開催の規模や広報等、過去の実績と同じ程度というふうに想定いたしまして、民間事業者に見積もりを行わせて入札金額に含むことといたしました。これは、5ページの「エ」の「特別展示・企画展示等業務」の(ア)でございます。

また、落札後において入札金額の内訳を提出させるということにより、開催の回数が増減するという場合もございますので、そういった場合に増減についてのいわば控除、回数の増減による追加支払い、控除を行うというようにいたしました。これについては、13ページの(6)の「委託費の支払い」の「イ」でございます。

また、更に委員会の参加委員等への謝金ですとか交通費、研究委託費、ボランティアへの食費、こういったものについて、また企画展示の展示品制作費等についてはJICAが直接支払うということで、事業者のいわば庶務的な業務といったものをなくすということで契約金額からも外してございます。前回御説明したときには、いわば別見積もりとするような表現があったわけでございますけれども、これについては経理の精算処理をなくしました。これについては、15ページの(2)の「入札の実施手続き」の「ア.提出書類」の「(ア)入札金額」の文書の後段のなお書きの部分でございます。

次に移りまして、業務の内容についての御指摘でございます。まず1として、資料館の目的に沿った公共サービスの向上のために民間事業者が行われるべき業務をいわば積極的に出すべきであり、運営委員会ですとか学術委員会の処遇業務的なものについては業務範囲から出すべきではないかという御指摘がございました。御指摘のとおり、庶務的な業務についてはJICAが直接行うようにまとめました。

しかしながら、民間事業者の委員会への出席については、移住資料館の運営方針ですとか学術研究の中身、進捗状況、そういったものを踏まえての事業であるというところから、業務を円滑に実施する上でも業務の範囲から全く外してしまうということではなくて、学術委員会との連携を保つということにさせていただいています。この部分については、11ページにございます「ス.運営委員会、学術委員会関連業務」の(ア)という形でまとめさ

せていただいております。支払いについて先ほど申したとおり、「民間事業者は」という後段の部分になっております。

次に、2点目といたしまして、業務内容があいまいなものも多く、民間事業者が見積もりを行う上で業務量を図れるような記載とすべきである。業務としてのアウトプットは何かをはっきりすべきだ。特に、公開講座やイベントの記載等については見直すようにという御指摘がございました。御指摘を踏まえまして、展示に関係する業務の記載を整理し、特別展示、企画展示、公開講座における民間事業者の役割を明確にいたしました。

これは、5ページに先ほど（ア）がございましたけれども、「エ」の「特別展示・企画展示等業務」の中側に記載させていただいております。つまり、具体的にはポスターですとかチラシですとか看板等の部分、こういったものについては具体的に記しまして定量化いたしました。

また、イベントについては広報業務として9ページの「サ」の（ア）の方にまとめさせていただきました。

3点目でございますけれども、企画展示の扱いを整理し、つまり実施回数ですとか規模等についてJICAとして想定を行えるのであれば想定するようにということでございました。これも、先ほど開いていただきました5ページの「エ.特別展示・企画展示等業務」の中で具体的に回数を規定いたしました。企画展示については3年で2回、特別展示については毎年3回ということで具体的に回数を書きました。また、先ほどと重複いたしますけれども、ポスター、チラシ、看板等の製作を担当するというので、展示品製作を除く経費を入札金額に含めるということにいたしました。これについては、先ほどの5ページの「エ」に回数についても書かれておりますし、公開講座についてもこの中で回数を記してございます。

それから、4点目でございます。民間業者が業務量の変化を把握できるようにするために、これまでの費用の増加原因や傾向なども開示すべきという御指示に基づきまして、これは別添7-3と7-4という形で年度別広報活動実績及びホームページのコンテンツ開発の履歴という形で添附させていただきました。

最後にサービスの質の設定ということで、サービスの質の指標としてどういったことを求めるかということです。12ページを開いていただきまして、「ア」、「イ」、「ウ」ということで「入館者数」、「教育プログラム受講者数」、「ホームページアクセス数」と、このように書かせていただいております。

それから、サービスの質の要求水準といたしましては入館者数について18年度、平成19年度の実績レベルと同等の3万人以上を確保すること、それから教育機関等からの入館者を対象に実施する教育プログラムの受講者数は1,894人が平成19年度実績だったわけですが、これ以上とすること。ホームページのアクセス数についても19年度の実績以上とすることでございます。

最後に、インセンティブ設定の考え方の基準となる数値ということでございます。これについては、当移住資料館が入館料無料の非営利の資料館ということで、国の系列の唯一の移住資料館ということもあって無料としているわけですが、ゆえに入館者増加に伴うインセンティブの設定ということがなかなか困難であるというところから、ここでは入館者数が明確に増えたと評価できる増加数というところと契約の金額というところから考えまして、10%、3,000人を設定して教育プログラムの受講者数、ホームページのアク

セス数という上記の先ほど申し上げた要求水準を確保した上で、最低限のインセンティブとして入札金額の単年度分の1%、これは年間約80万円くらいですけれども、そのように設定させていただいております。

また、入館者増による収入増ということはないわけでございますので、いわば入館者数増加による段階的なインセンティブといったものについては現時点では計画してございません。

若干5分超過いたしましたけれども、以上でございます。

○小林副主査 ありがとうございます。それでは、ただいまの御説明について御質問、御意見をお願いいたします。

○逢見副主査 前回の小委員会における審議を踏まえまして、幾つか修正していただいたところがあります。

特に前回、指摘したようなところもあって、基本的にはまず入札金額と契約ということはイコールでないといけないということが委託の原則だと思いますので、そういった意味で特に委託費の支払いの部分で機構のお金を追加したり、控除したりするという非常にわかりにくいところはこれで整理されたのではないかと思います。

それから、業務の範囲についてもやはり民間事業者が提案するときはどういったものやるべきかということがきちんとわかるという点で、回数が特別展示にしても示されたということについては、非常に改善されたのではないかと思います。

運営委員会、学術委員会は、参加することによって自分たちが何をしなければいけないかということを理解するという意味でも、ここは参加することによっていいんじゃないかと思えます。

残る論点はサービスの質の部分ではないかという感じがして、入館者数、教育プログラム受講者数、ホームページアクセス数とありますが、例えば入館者数の3万人というのは後ろの別添3の38、39に入館者総数の推移があって、3万人台に乗っているのは平成18年度、19年度で、それ以前は17年度2万5,000とかとなっていますが、この3万というのは大体安定した入館者数というふうに理解していいんですか。

○高井所長 実は、これは移住資料館設立の計画では2万5,000人で行っていただきました。2万5,000人で行って、御存じのとおり開館してちょうど6年たっております。通常こういったものは5年から6年くらいで一通りするというのでしょうか、ちょうど今12万人から13万人くらいになったかと思えますけれども、一巡するというふうに業界では言われていると聞いております。

ですので、徐々に下がってくるのではないかというふうな見通しは持っていたのですが、幸いなことに昨年から今年にかけてちょうどブラジル移住100周年ということがございまして、もう既に今年度は現時点で昨年の入館者数を大幅に上回っております。

○逢見副主査 平成20年はかなり特殊要因があるんだろうと思えますけれども。

○高井所長 また、来年についても横浜に私どもの施設がございまして、横浜港の開港150周年で非常にイベントが目白押しになるというところから、そういった点でもこのままの3万人台を当面維持できるのではないかというふうに想定してございます。

○佐藤国際協力機構 JICA 横浜研修業務第二課長 開館当初の入館者数が余り多くなくて、3万人台が2回だけという御指摘だったのですけれども、やはり徐々に展示、イベントというものを定期的な実施するように改善してきておりまして、別紙4の別添7-1

に実績の一覧を提示しておりますが、17、18、19と展示ですとか公開講座、イベントの数というのは徐々に増えてきておりまして、こういった定期的なイベントを実施して広報していくことで安定的に入館者数がある程度確保できるのかなと考えております。

○**逢見副主査** あとは、教育プログラムはやはり民間事業者の創意工夫というか、努力によってかなり一つの売りになる部分だと思うんですが、ここは加点項目の中にそういうところがきちんと評価できる仕組みになっているんですか。

○**高井所長** 18ページの(イ)の「g」ですが、これは実は加点については前回の御説明のときと違って、業務の実施方針や実施体制の点数を上げるようにという御意見もいただいておりますので、この部分について70点から100点にしたわけでございます。

○**逢見副主査** 変わったわけですね。

○**高井所長** はい。

○**逢見副主査** 満足度とか、そういうものを評価の質の中に入れるということはどうなんでしょうか。

○**佐藤課長** 満足度につきましては、我々も測っていききたい、評価していききたいというふうに考えておりまして、以前の案でも含めてはいたんですけども、ただ、なかなか回収率という点で、研修コースに参加した人に対してアンケートをするのとは違いまして、自由に入っている入館者の方に強制ではなくてアンケート調査をお願いしているということで、回収率がどうしても5%とか、1けたにとどまっているというのが現状です。

その結果はモニタリングしていききたいとは考えておりますが、事務局とも相談させていただきまして、現時点ではその数字は妥当性に疑問符が付きますので、そこは削除しまして、この3年間の中で実施していきながら考えていききたいと考えております。

その点、今回の実施要項の中にも、例えば教育プログラムのところで10ページの「シ. 教育プログラム業務」の(ア)の下の部分で、「また、民間事業者は教育プログラムに関するアンケートを実施し、教育プログラムの改善を図ること」、技術提案書にもその調査実施方法について提案することとしておりまして、この3年間の中で満足度について教育プログラムと、特別展示のところでも同じような記述をしているんですけども、満足度を調査していききたいと考えております。

○**逢見副主査** 入館者一般に対してどうでしたかと、ただ紙を置いておいても多分なかなか答えてくれないと思うんですが、教育プログラムとか、あるいは特別展示とか、企画物についてはきちんとしたものを取る必要がある。それが質として設定するにふさわしいかどうかというのは試行錯誤だと思いますが、実施する中で是非そういうものを取って次のステップのときに使えるようなものを開発していく必要があると思います。

ホームページアクセスの数字はどうなんですか。これは、大体、質として設定してもふさわしいということですか。

○**佐藤課長** 今回の質の設定の根拠というか、もともとの意味は、この資料館業務自体が知識の普及というところにあると考えておりまして、普及する度合いを測る指標として入館者の数であったり、ホームページのアクセス数ということにしております。

それ以外に適当な指標も客観的な指標もなかなかないという中で、ホームページのアクセス数というものを指標としていまして、これ自体は客観的にアクセスの数自体は積算されていきますので、きちんとしたイベントなり、展示でそのホームページの情報も定期的

に更新されていけばアクセスも確保できるというふうに考えています。

○高井所長 ホームページについては、この移住資料館は資料館としては展示スペースそのものも狭うございますし、倉庫も非常に小さなものでございます。その点では、基本的には海外のさまざまな情報と結ぶデータ資料館というところに売りがあるんだろうと思っております。ですので、幸いにして少しずつアクセス数が増えておりますので、このホームページについて単なる通常の美術館ですとか、そういったもののホームページとはまた違ったレベルのものとして位置付けて指標として使っていきたいと思っております。

○逢見副主査 8ページの注8とか、そういうところにいわゆるデータ資料館的なものというのがイメージとして出てくるんでしょうか。

○高井所長 はい。

○逢見副主査 こういうものは、加点の中に民間事業者の提案の中で評価する仕組みになっているわけですか。

○佐藤課長 18ページの加点の中でも、ホームページの運用・管理業務、コンテンツを拡充するための具体的な方策というところで、(イ)の「e」になりますが、そこで加点項目としております。

○高井所長 それから、(ウ)の最後の項目ですね。(ウ)の「e」の中でもメンションされています。

○逢見副主査 今、所長も言われたデータ資料館的なものをホームページとして描いているというので、もうちょっとそういうものが見えた方がいいんじゃないですか。

○高井所長 わかりました。それでは、それは加点の中に付け加えるということによろしゅうございますか。

○逢見副主査 はい。

○高井所長 それでは、検討いたします。

○小林副主査 さっきの質の設定のところと関係して、その質を達成するためにどういうことをやっていかなければいけないのかということについて、読み込みができるという仕組みにはなっているという理解でいいんですね。

この実施要項ですが、例えば3万人という入館者を達成しますとか、ビジッド数の目標を達成するのに、さっき広報をやった結果として3万人が達成されましたというようなことがあったじゃないですか。だから、その目標を達成するためにどの業務をどのぐらいの組み立てでやらなければいけないのかということが入札に参加する企業がわかりやすくなっているかという意味なんですから。

○高井所長 御質問については、3ページの「(4) 管理・運營業務の内容」というところから、御承知のとおり前回は申し上げたとおり「ア」から「ソ」まで個々具体的に業務を指示し、かつ具体的に提示し、または数値化をさせていただきました。その点では、かなり具体的に物が見える仕事でございまして、抽象的なソフトの仕事とはちょっと違いますので、ここまで書き込めばほぼ当該分野の業者であるならば御理解いただけると思いません。

ただ、移住というところについては多分、特殊な部分もあろうかと思えます。そこについては我々としても悩むところと、その特殊性を強調するということは逆に一般性を失うということですので、JICAとしてはむしろ一般性の方を強調するというところで、特殊性といったものについてはJICAそのものが政策的に担うというところから、

できるだけ「ア」から「ソ」の中側では排除してございます。

○**小林副主査** というのは、結局この入札に参加する企業というのが見込まれるかというか、競争が働くようになるかということをちょっと心配しているのですが。

○**高井所長** 私もできるだけ参入していただければと思いますけれども、こういった業界は非常に御存じのとおり狭うございます。このJICAの移住資料館ができたとき、コンソーシアムを組んでそういった資料館や展示館などを専門とする建築のコンサルタントがございました。この点については、そういった業界といったものがございますので、逆にいかにJICAが、そして我々が参入を望んでいるかというところで、説明会を含めて丁寧に段取りを踏んでいくということところにもかかっているかと思えます。

○**小林副主査** かなりいろいろ情報を出していただいているので、とても親切になったと思うんですけども、例えば委託費の内訳などを見てみると、やはり3万人を達成したところのノウハウというのが、広報費みたいなところが増えていたりというようなところで出ているような気もして、従来、委託されていたところの方が有利と言ったらいいんでしょうか。そこはノウハウを持っているということなんだろうと思うんですけども、そういう意味でちょっと心配です。

だから、多分説明会等でいろいろ御説明というか、わかりやすくしていただくということは必要だろうと思えます。

○**逢見副主査** あとは、インセンティブがあって13ページの一番下に「ア.、イ.、ウ.を達成し、更にア.については、10%超過を達成した場合」と、結局一番わかりやすいのは入館者数だということで、先ほどのお話ですと今年ブラジル移民100周年で来年は横浜開港150年ですか。そういう意味で、かなり増が見込めるということで、この10というのはそんなに高いというか、インセンティブですからハードルはある程度高くなければいけないんですけども、やろうと思えば目標としては達成できる数字ということですか。

○**高井所長** そうでございます。また、立地条件が非常によろございます。先生方にはいらっしゃっていただいたことはあるかもしれませんが、周りが徐々に今、整備されつつございますので、そういった点で周りの環境もよくなり、神奈川県歴史資料館ですとか、開港資料館ですとか、そういったことのネットワークで、散歩道的な形での充実度も高くなってございますので、そこについては10%というのはちょうどいいというわけにはいきませんが、少なくとも来年については見込めるのではないかと。内容については甘過ぎるのかなという感じでございます。

○**松本国際協力機構JICA横浜次長** 逆に、今年度達成してしまっていたら更にあげなくてもいいかというぐらいで。

○**逢見副主査** 今年異常に上がり過ぎると今度は逆にということで、その辺はちょっとよくわからないですね。

○**小林副主査** では、時間となりましたので、本日の審議はここまでにしたいと思います。事務局から何か確認すべきことはありますか。

○**事務局** それでは、先ほど御指摘のありましたホームページの資料館に関するところは加点項目でなるべく評価できるような形で記載をしていただい、その案をまた事務局に提出していただけますでしょうか。その上で、委員の方に御了解をいただいた上、パブリックコメントという形にさせていただきたいと思えます。

あとは、業務範囲が広いということもございまして、パブリックコメントになった際

には不公平にならない範囲でなるべくいろいろな業者の方からコメントをいただけるような形にして、逐次記載の方を見直していただくという形でお答えをいただければと思います。

○小林副主査 ありがとうございました。

それでは、本実施要項（案）につきましては次回の審議で議了する方向で進めたいと思いますので、機構におかれましては本日の議論を踏まえて検討していただきますよう、またその意見募集の結果等を踏まえて引き続き検討していただきますようよろしく願いいたします。

それでは、本日の入札監理小委員会はこれで終了いたします。次回の開催については、追って事務局から連絡いたします。本日はありがとうございました。

（ 終 了 ）