

平成 26 年 10 月 7 日
環 境 省

民間競争入札実施事業
環境保全普及推進事業「エコライフ・フェア 2014 実施業務」の実施状況について

1. 事業概要

(1) 事業概要

エコライフ・フェア 2014 実施業務

(2) 契約期間

平成 26 年 4 月 1 日から平成 26 年 8 月 31 日まで

(3) 民間事業者

株式会社 JTB コミュニケーションズ

(4) 事業者決定の経緯

「エコライフ・フェア 2014 実施業務民間競争入札実施要項」（以下「実施要項」という。）に基づき、平成 26 年 2 月 10 日に実施した入札説明会において、9 者の参加があった。

提案書を提出した者は 3 者であり、評価基準を満たした者は 2 者であった。不合格の 1 者は評価基準表における必須項目（「2. 1 本業務の目的と背景について」の項目の背景、「5. 2 業務従事者③広報・広告(ウェブサイト管理、システム担当含む)担当者」の項目の担当の能力、経歴等)についての記載が提案書になかったため、評価基準を満たさなかった。

そして、平成 26 年 2 月 28 日に開札を実施し、上記 2 者の入札額が共に予定価格の制限の範囲内であったことから、この 2 者について提案書及び入札額に基づく総合評価（加算方式、満点 300 点（価格点 100 点、技術点 200 点））を行い、上記（3）の者が落札者となった。

2. 確保すべき質の達成状況

本業務における確保すべき質の達成状況は次のとおり。

測定指標	評価
民間事業者は、フェア開催業務において策定された	適切に実施された。（策定された実施

実施計画、作業スケジュールに沿って業務を確実に 行うこと	計画、作業スケジュールに沿って業務 が実施され、かつ大きな混乱、問題等 がなかった。)
来場者数：65,000名程度	開催日両日共に雨天であったため、目 標を達成できなかった。 (来場者数約 26,000名 6月7日(土) 5,482名 8日(日) 20,606名)
来場者アンケート調査：満足度80%以上 (満足度とは、別紙3の設問8の①～③の評価を 占める割合とする。)	適切に実施された。 (満足度96.3% ①大変良かった : 37.9% ②良かった : 43.9% ③まあまあ良かった : 14.5% ④あまり良くなかった : 0.6% ⑤良くなかった : 0.5% 回答無し : 2.6%)
実施計画において企画した程度の出展者を集め ること	適切に実施された。 (昨年度以上の出展者数を集めたも のとなっていた。 平成25年度出展者数：43 平成26年度出展者数：53 ※環境省企画出展を除く)
実施計画において企画した程度の広報活動(ポス ター配布・掲出数、HPの随時更新等)を実施す ること	適切に実施された。 (提案された媒体への広報活動が実 施された。)
出展料の管理は適切に行うこと(出展料設定等)	適切に実施された。 (出展料について前年度の決算及び 今年度の出展者数を勘案し、同額を設 定した。その上で、出展に係る会計を 別会計とし、適切に管理された。)
イベントが中断等なく開催すること	適切に実施された。 (中断等なく開催された。ただし、7 日のステージイベント、高校生吹奏楽 LIVEのみ、楽器を雨で濡らしてはな らないため中止とした。)

3. 民間事業者の創意工夫の発揮状況（業務企画内容の実現について）

（1）創意工夫の発揮状況

1) 全体スケジュール関係

イベント開催まで2ヶ月という短いスケジュールにもかかわらず、様々なイベント開催実績を活かし、期間内で完了するスケジュール設定をし、計画に比べ大幅に遅れることもなく、実行された。

2) 出展関係

イベント開催まで2ヶ月という短いスケジュールにもかかわらず、開催に支障がない限界まで出展募集期間を設定し、昨年度以上の出展者を集め、実施した。

3) 広報・広告関係

民間事業者の過去開催イベント開催の知見を活かし、HP、ポスター、チラシ、ソーシャルネットワークサービス(twitter、Facebook)、新聞、ラジオといった様々な媒体、様々な団体への広報活動を実施した。

4) 運営関係

会場設営において、これまでの同会場で実施した知見を活かし、関係者との調整や環境に配慮した会場構成など効率的かつ速やかに実施した。

（2）評価

エコライフ・フェアでは、訴求するテーマが毎年異なり、そのテーマに沿ったイベント実施を行っているため、民間競争入札導入の前後で民間事業者の創意工夫の発揮状況の変化を単純比較することが出来ない。今般業務を実施した者は、競争の結果、民間競争入札導入前に実施した者と同じ者であり、また、民間競争入札導入前においても民間からの創意工夫が盛り込まれた提案内容を元に事業者を選択し、実施をしていることから、民間競争入札導入により、導入前に比べ民間の創意工夫がより一層発揮されたかどうかは不明である。

上記のように民間競争入札導入前後による比較を実施することは難しいが、当該事業実施にあたり、民間事業者から様々な提案がなされ、民間事業者独自の努力により実現可能な提案については、環境省との調整の上、業務の中に積極的に取り入れた。検討等の結果、様々な理由により実現に至らなかった提案内容（例えば、新たなゾーン提案について、主催者企画実施のスペースを確保するためにやむを得ず実施しなかったことや新規出展の提案団体について、団体側の予算の制約等により出展不可となったこと。）もあったが、その多くが実現され、出展者数については昨年度を大きく

上回り、またイベントの来場者のアンケート満足度についても、前年度を超えた結果となるなど、民間競争入札の導入により円滑な業務の遂行に支障がなかったものと考えられる。また、来場者目標数を下回ったものの、天候が昼過ぎから徐々に回復した開催二日目は初日と比較し約4倍の来場者数となり、前述のとおり来場者アンケート満足度も向上していることなどから、雨天による影響が主たる原因と考えられ、民間事業者の創意工夫は発揮されていたものと思料される。

4. 実施経費の状況

(1) 対象公共サービスの実施に要した経費

契約額 (税込み) : 34,999,560円

(2) 評価

イベント開催日は、環境基本法で定める6月5日の「環境の日」前後となるため、当該年度からの準備実施期間は、年度初めの4月1日から2ヶ月程度の短い期間となる。

民間競争入札導入前においては、単年度主義及び経済性・合理性の観点からイベント前年度中に実施する準備業務及びイベント当該年度に実施する実施業務をまとめた複数年度にかかるイベント準備実施業務の企画提案を事業者に求め、その中で最も優れた者と準備業務実施契約を締結した。その上で、その準備業務の実施状況を検査し、問題が無く実施できている場合に限り、随意契約により実施業務実施の契約を締結していた。

しかし、民間競争導入により、イベント実施年度内に準備も含めた今般業務を実施したことが、民間競争入札導入後の最も大きな変更点である。

上記変更及び、国庫債務負担行為が認められていなかった同事業において、複数年度にわたり、準備業務及び実施業務を同一事業者が契約を締結し、準備業務を行うことが出来ず、民間事業者がイベント実施するために準備期間が短くなった。その分、準備にかかる経費も含めた金額での契約となっているため、前年度に比べ契約額総額が減少している。

(参考)

なお、民間競争入札導入前後の経費の比較は、下表のとおりである。

契約名	契約額	民間競争入札 導入前経費 (a)	民間競争入札導 入後経費 (b)	従来経費との 差額 (b-a)

エコライフ・フェア 実施業務 (A)	33,499,735 円 (平成 24 年 4 月 11 日～8 月 31 日)	34,999,560 円 (平成 26 年 4 月 1 日～8 月 31 日)	1,499,825 円
エコライフ・フェア 準備業務 (B)	2,000,000 円 (平成 23 年 3 月 5 日～3 月 28 日)	(「準備業務」にかかる経費も上記「実施業務」に含まれる。)	—
合計 (A+B)	35,499,735 円	34,999,560 円	▲500,175 円

5. 競争入札の状況及び評価

(1) 入札までの経緯について

平成 26 年 1 月 21 日入札公告、平成 26 年 2 月 28 日入札の日程で調達を行った。入札過程においては、今期業の落札者である株式会社 JTB コミュニケーションズを含めた 9 社から、入札参加の意思があるものと思料される説明会への出席を受けていたが、提案書の提出及び入札への参加は 3 者であった。

(2) 評価

昨年度は、説明会への出席者は 4 者であったが、提案書の提出及び入札への参加は 1 者のみであった。入札不参加の 3 者に対してヒアリング調査を行ったところ、提案書提出締切までの時間が不足していた等の回答を得た。そこで、今年度は入札公告期間を 9 日延長する(昨年度は 20 日間)措置を取ったことにより、応札者が増加したと思料される。

3 者の応札があったことで、競争性が保たれ、実施経費の節減に効果があり、本事業を実施するために必要な要件を兼ね備えた民間事業者を確保することができた。

6. 総評

「エコライフ・フェア 2014 実施業務」は、平成 25 年度から民間競争入札を導入したが、平成 24 年度実施状況と平成 26 年度実施状況を比較したところ、民間競争入札が求める「より良質かつ低廉な公共サービスを実現」について、民間競争入札導入により、経費の効率化、及び多くの入札者による良質なサービスが提供されたと明確に言うことはできない。しかし、民間競争入札を導入以降、来場者満足度や出展者数については昨年度を大きく上回り、導入前と同等以上のサービス提供がされていることから引き続き民間競争入札を実施することに意義はあると考える。

また、上記の分析を踏まえて、前年度から準備が出来るように平成 26 年度予算（平成 27 年度実施イベント分）要求において、国庫債務負担行為を要求し認められたため、平成 27 年度からはさらに事業期間を延ばす工夫を実施するとともに、公告期間を今年度実施期間以上とすることで、より競争性を高めるようにしたいと考える。

これらを行うことで、同イベント実施事業者が早くから出展募集を行うことも可能となり、今年以上の出展者の増加につながるものと考えている。