

市場化テスト(事務消耗品)のスキーム(案)

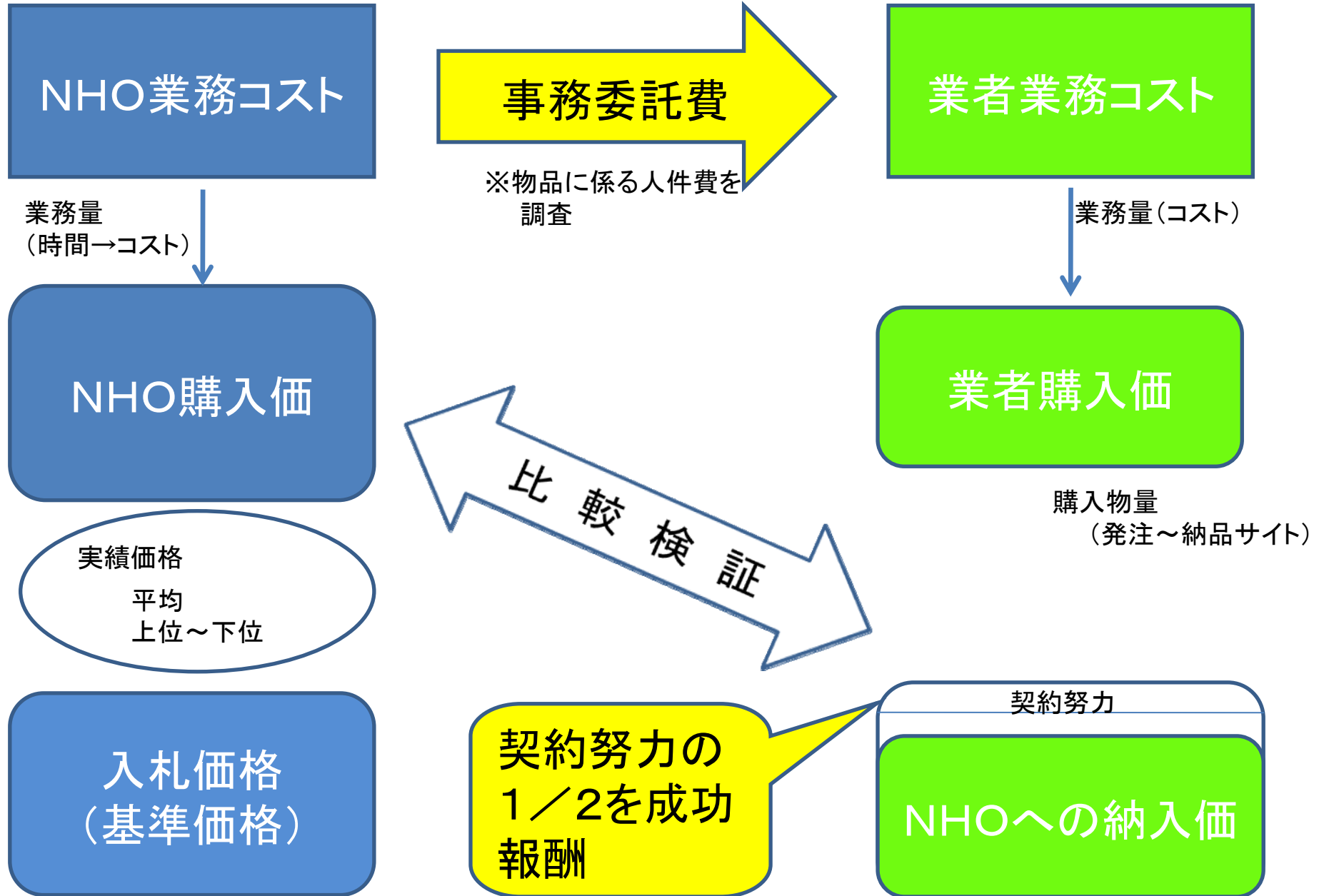
○ ねらい(目的)

事務消耗品の購入について、国立病院機構で実施している業務量(経費)での購入実績価格を提示したうえで、外部に委託し、民間企業のスキル・ノウハウ・価格交渉力を生かしまとめ買いをすることにより、直接購入の実績と比べてのメリットの有無を検証する。

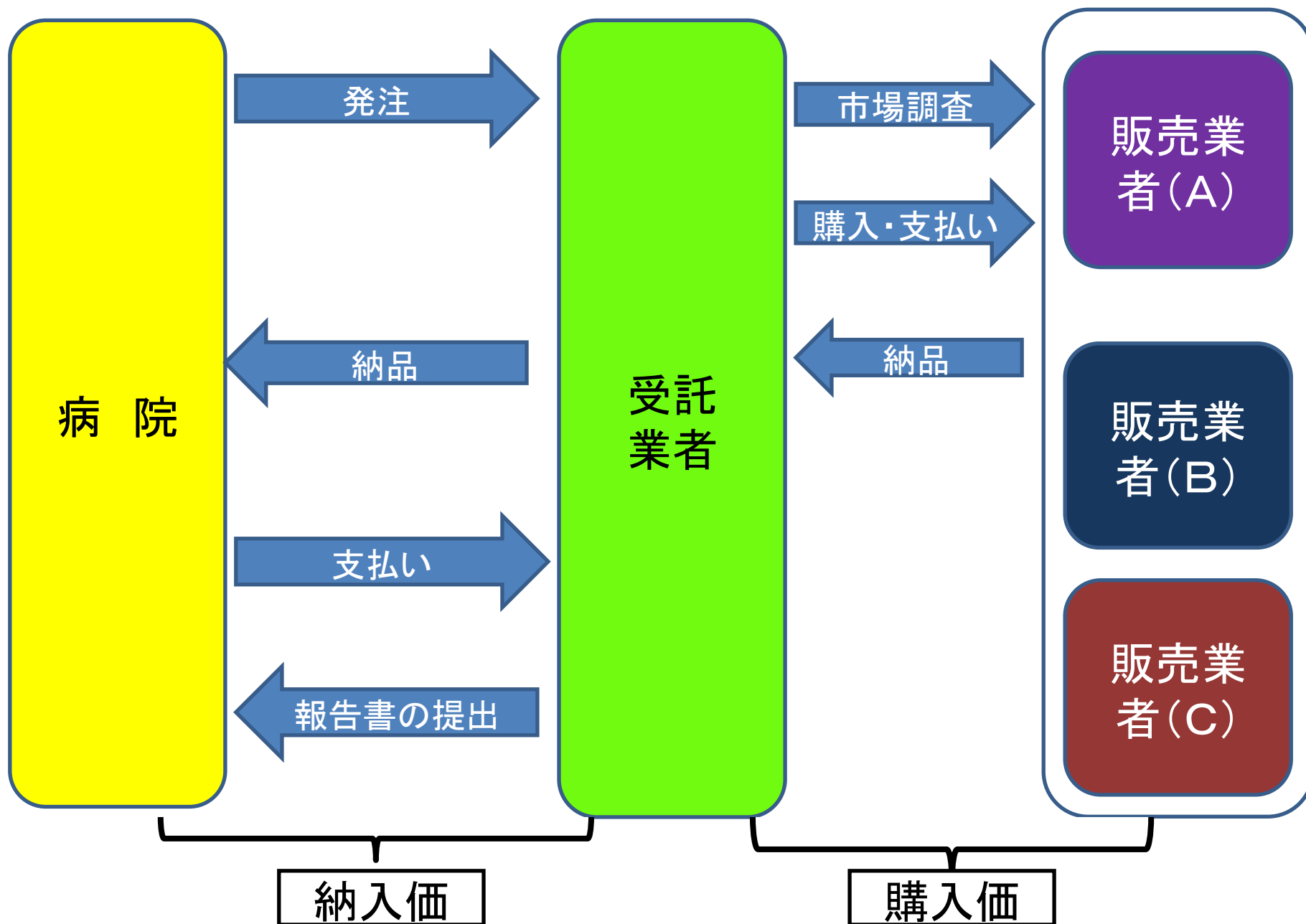
【参考:公共サービス改革基本方針(平成20年12月)】

(独)国立病院機構の各病院共通の消耗品等に係る物品調達業務について、原則として、平成22年度の官民競争入札又は民間競争入札を実施することとし、対象品目、対象施設、実施予定時期、契約期間等を内容とする計画を監理委員会と連携しつつ、平成21年10月までに策定する。

【 市場化テストの仕組み(案) 】



【 全体のイメージ 】



1. 対象物品 ※調査のうえ決定
事務消耗品(主要10品目程度)
2. 参加病院(20カ所程度)
400床以上(一般病床)の病院
※ 入札単位を2単位(10病院づつ)とすることで、市場化テストの検証を行う。
3. 委託内容
 - ①調達業務(購入・納品)
 - ②報告書の作成・報告業務(毎月の購入数量、価格、発注から納品期間、業務量)
4. 委託費
物品調達に係る人件費を調査し、事務委託費を設定。
※ 事務委託費を仕様書に提示
5. 予定価格の設定方法
「品目毎の上限単価」×「品目毎の購入予定数量」の合計
※ 品目毎の実績単価の平均を仕様書に提示
6. 落札業者の決定方法
企画点(基礎点+加算点)÷入札金額 (総合評価方式)
(入札価格は、「品目毎の入札単価」×「品目毎の購入予定数量」の合計)
※ 全ての「品目毎の入札単価」が「品目毎の上限単価」に収まっていることが前提
7. 実施時期・期間(予定)
平成22年10月～平成25年3月(2年6月)
※ 市場化テストは2～3年で実施されており、病院の契約形態を勘案し、24年度末で設定。
8. 実施方法
入札:各参加病院の委任を受け、本部で東西1社づつ事業者を決定
契約:各参加病院と事業者でそれぞれ契約

事務消耗品等業務委託 スケジュール(案)

事項	22年												
	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月
①病院へ調査依頼(業務コスト・予定数量)	➡												
②参加病院の調整	➡												
③計画等の作成	監理委員会 による審議 (計画)			監理委員会による審議(実施 要項)	事前公表								
④入札公告(40日以上)						■							
⑤提案書提出						■							
⑥提案書評価						■							
⑦落札者決定 (価格交渉・契約書確定)									■				
⑧委託開始										➡	落札者準備期間	■	