

消費者庁入札等監視委員会 第14回会議 議事概要

開催日及び場所	令和3年11月26日（金） 消費者庁 7-4会議室
委員	井手 秀樹 （慶應義塾大学名誉教授） 石川 純子 （消費者力支援研究所理事長） 竹内 啓博 （公認会計士）
議事	○消費者庁ウェブサイトCMS運用保守等業務 ○令和2年度物価モニター調査 ○食品ロス削減推進大賞にかかる情報発信のためのコンテンツ作成業務 ○コロナ禍における消費者被害防止のための衛星放送を活用した情報発信に係る企画・実施業務 ○令和2年度消費生活相談員担い手確保事業 ○消費者庁ネットワークシステムに係る行政端末からのSSL-VPN接続環境拡充業務 ○コロナ禍で迎える新生活スタート時期におけるオンラインゲーム高額課金等の消費者被害防止のための情報発信業務 ○その他

○案件詳細	
【競争入札】 最低価格落札方式	契約件名：消費者庁ウェブサイトCMS運用保守等業務 契約相手：株式会社ビー・オー・スタジオ 契約金額：14,751,000円 契約日：令和2年4月1日 担当課：総務課広報室 説明内容：一般競争入札（最低価格）を実施し、1者応札となったもの。
【競争入札】 最低価格落札方式	契約件名：令和2年度物価モニター調査 契約相手：株式会社タイム・エージェント 契約金額：32,730,000円 契約日：令和2年4月1日 担当課：参事官（調査・物価担当） 説明内容：一般競争入札（最低価格）を実施し、1者応札となったもの。
【競争入札】 最低価格落札方式	契約件名：食品ロス削減推進大賞にかかる情報発信のためのコンテンツ作成業務 契約相手：日本電算株式会社 契約金額：594,000円 契約日：令和3年2月4日 担当課：消費者教育推進課 説明内容：一般競争入札（最低価格）を実施し、複数応札となったもの。

<p>【競争入札】 総合評価落札方式</p>	<p>契約件名：コロナ禍における消費者被害防止のための衛星放送を活用した 情報発信に係る企画・実施業務 契約相手：株式会社TBSスパークル 契約金額：14,333,000円 契約日：令和3年3月8日 担当課：消費者政策課 説明内容：一般競争入札（総合評価落札方式）を実施したが、1者応札と なったもの。</p>
<p>【随意契約】 企画</p>	<p>契約件名：令和2年度消費生活相談員担い手確保事業 契約相手：公益社団法人全国消費生活相談員協会 契約金額：29,671,293円 契約日：令和2年6月1日 担当課：地方協力課 説明内容：企画競争を行った上で、随意契約となったもの。</p>
<p>【随意契約】 性質</p>	<p>契約件名：消費者庁ネットワークシステムに係る行政端末からのSSL-VPN 接続環境拡充業務 契約相手：日鉄ソリューションズ株式会社 株式会社JEC C 契約金額：14,778,940円 契約日：令和2年5月1日 担当課：総務課情報システム係 説明内容：特命（企画競争、公募及び不落・不調を除く）による随意契約 を行ったもの。</p>
<p>【随意契約】 性質</p>	<p>契約件名：コロナ禍で迎える新生活スタート時期におけるオンラインゲ ーム高額課金等の消費者被害防止のための情報発信業務 契約相手：株式会社マイナビ 契約金額：13,970,000円 契約日：令和3年3月15日 担当課：消費者政策課 説明内容：特命（企画競争、公募及び不落・不調を除く）による随意契約 を行ったもの。</p>
<p>委員からの意見・ 質問 それに対する回答 等</p>	<p>別紙のとおり</p>

別紙

1. 消費者庁ウェブサイト CMS 運用保守等業務	
見積書を提出したが入札に参加しなかった事業者にも、参加しなかった理由を確認しているか。	リソースの確保が難しいという回答だった。
この調達には毎年行っているのか。	CMS そのものの導入が平成 30 年度からで、システムの運用保守の調達は毎年度実施している。
このようなシステムの保守を新たな事業者が行うということは、技術的にかなり難しいことなのか。	技術的には難しくはないが、システム調達の場合、導入する際に設計・構築した事業者がその後の保守等についても落札しやすいということはあると思う。
2. 令和 2 年度物価モニター調査	
前年度との継続性を考えると、同じ事業者が続けてやってもらうのがよいという点はあると思うが、この案件は同じ事業者から調達しているのか。	入札で一度、別の事業者が落札したことがあるが、それ以外は同じ事業者が落札している。
ウェブ画面の作成は軽微な修正で出来ると思うが、毎年新たに費用が発生するというのは何か作らないといけないものがあるのか。	毎年同じ様式で大丈夫なものについては、コストはかかっていないと聞いているが、意識調査のテーマは毎月変わるので選択肢の数、問いの数等が変わり、コストがかかってしまう。
ウェブのモニターを増やしていく予定であれば、4,800 件のモニター数を減らしていくとともに、謝礼金の 800 円を下げる余地はないのか。	令和元年度までは 1,000 円だったものを翌年度に減額したが、なぜ下げるのかとの声をかなりいただいた。
3. 食品ロス削減推進大賞にかかる情報発信のためのコンテンツ作成業務	
契約金額が予定価格の 10 分の 1 になっているが、これは予定価格そのものが問題であったのではないか。	市場における一般的な価格を参考に予定価格を作成しているが、事業者は入札時には値引き等をするため、乖離が生じてしまう場合がある。
ホームページに掲載された動画を見ると、どちらかというと静止画を流していくようなパターンで撮られており、割と割安にできるような内容だと感じたが、消費者庁ではどれくらいのレベルのものを想定していたのか。	イメージの大差は特になかった。なお、契約にあたり低入札調査を実施して確認している。

<p>コンテンツの作成費用は、非常に難しく、事業者が500万円で作ろうと思ったらお金をかけて500万円で作れるし、50万円で作ろうと思えば作れてしまう。どのレベルのものを求めているかということをはっきりさせて調達することが重要。</p>	<p>今後、仕様書の工夫を検討したい。</p>
<p>4. コロナ禍における消費者被害防止のための衛星放送を活用した情報発信に係る企画・実施業務</p>	
<p>総合評価なのに応札が1者しかなかった理由は。</p>	<p>複数の者に声掛けをしたが、年度末の調達であることや、コロナによる人手不足、体制の確保が難しいといった理由から、短期間で事業を行うことが難しかったため、入札に参加しなかったと聞いている。</p>
<p>入札も見積書を提出することも先方の意思だが、BS放送も複数あるので可能な限り見積書の徴収に努めるべきだった。</p>	<p>今後、検討する。</p>
<p>本件は令和3年度も実施したのか。</p>	<p>緊急対策に伴う事業なので今回のみの実施。今後、こういった状況になった場合には実施することもありうる。</p>
<p>5. 令和2年度消費生活相談員担い手確保事業</p>	
<p>事業者の当初提案では、受講者の人数が500名となっていたものを変更契約して800名に増やしている。この事業者が増員分のフォローが出来るということを、どのような形で担保したのか。</p>	<p>予想以上の需要があったため、事業者と受け入れが可能な話し合いを重ね、履行の確認をした。</p>
<p>6. 消費者庁ネットワークシステムに係る行政端末からのSSL-VPN接続環境拡大業務</p>	
<p>ネットワークシステムを構築した事業者と随意契約している。見積書にはルータの購入等が含まれているが、これらを契約から切り離せないのはなぜか。</p>	<p>モバイルルータに関しては、契約しているものしか接続して使えないようセキュリティの制限をかける必要があり、モデム用Wi-Fiルータは既に各家庭にあるインターネット環境を利用してもう一つ小さいルータを接続するが、こちらも諸々の設定作業が必要となり、そういった消費者庁LANにつなぐためのセキュリティ設定作業も含めた形で不可分とした。</p>
<p>7. コロナ禍で迎える新生活スタート時期におけるオンラインゲーム高額課金等の消費者被害防止のための情報発信業務</p>	
<p>受注者側である程度準備ができていたと思われる割に金額が高いのではと感じたが、</p>	<p>然り。なお、調達にあたり価格交渉を行い、当初提示額より値引きした金額で契約している。</p>

これは消費者庁のほうで二次利用することを前提にしたものか。	
再委託は行っているか。	実施していない。