

令和7年度 第37回 契約・調達委員会 審査概要

開催日時 及び場所		令和7年6月9日（月）10:00～11:15 JAPAN SPORT OLYMPIC SQUARE 3階 会議室3/オンライン
出席委員		世界陸上財団 事務次長（委員長）遠松 秀将 弁護士原澤 敦美 公認会計士黒石 匡昭 世界陸上財団 総務部長田近 隆 世界陸上財団 企画部長白石 正樹 世界陸上財団 財務部長川口 貴史 世界陸上財団 業務開発部長小林あかね (敬称略・7名)
審査案件（契約手続前）	案件1	クオカードの買入れ（単価契約）
	契約方法	希望制指名競争入札
	概要	○世界陸上大会のボランティア及びコラボレーター（ロード競技、チームホテルに配置される者のみ）を対象に食費相当分として配布するクオカード（券面1,000円）を購入 ○想定数量 26,000枚 ○契約期間 契約確定の日の翌日から2025年9月30日まで

審査案件（契約手続前）

案件 2	東京2025世界陸上を通じた都市 P Rに係る広告物掲出等業務委託												
契約方法	特別契約												
概要	○世界陸上財団は、定款で、東京2025世界陸上の準備・運営に関する事業に加え、「開催地である東京及び日本のプレゼンス向上に資すること」を目的として定めていることから、世界の注目が集まる東京2025世界陸上大会を通じて、東京観光財団と連携して東京の魅力を全世界に発信 ○大会期間中に、以下の方法により、東京の都市 P Rを実施 ①競技会場（マラソン・競歩コース含む）における「Tokyo Tokyo」のロゴを掲載した看板の掲出 ②大会 H P や公式プログラム、電子チケット等への「Tokyo Tokyo」のロゴ掲載 ③記者会見場、選手インタビュー、メダルプラザにおけるバックパネルへの「Tokyo Tokyo」のロゴ掲載 ④米国テレビ（NBC、CNBC、USA）を通じた東京観光 P R 動画 C M 放映												
案件 3	・東京2025世界陸上サプライヤー（デジタル屋外広告）スポンサーシップ契約 ・東京2025世界陸上競技選手権大会におけるデジタル屋外広告の掲出に係る業務委託（V I Kに係る供給契約）												
契約方法	一般競争入札												
概要	○協賛基準額は3,000万円とし「デジタル屋外広告の掲出」とする内容の現物協賛（VIK）とする。 ○入札にあたっては参加事業者が「現物協賛の基準」を満たすデジタル屋外広告の掲出枠を提示し、最も高い指標を示した事業者を優先交渉者（落札候補者）に決定。 ○入札時に優先交渉者が提示した現物出資（VIK）の供給内容に基づき、協賛基準額を契約額とする「デジタル屋外広告の掲出に係る業務委託契約（VIKに係る供給契約）」を締結する。 <table><tr><td>協賛基準額</td><td>30,000,000円（税抜）</td></tr></table> <table><tr><th>区分</th><th>契約案件</th><th>概要</th></tr><tr><td>協賛</td><td>スポンサーシップ契約</td><td>【カテゴリー】 デジタル屋外広告</td></tr><tr><td>調達</td><td>デジタル屋外広告の掲出に係る業務委託</td><td>デジタル屋外広告の掲出（協賛入札時の提示内容）</td></tr></table> ○契約期間 スポンサーシップ契約：契約締結日から2025年12月21日まで デジタル屋外広告の掲出に係る業務委託：契約締結日から2025年10月31日まで		協賛基準額	30,000,000円（税抜）	区分	契約案件	概要	協賛	スポンサーシップ契約	【カテゴリー】 デジタル屋外広告	調達	デジタル屋外広告の掲出に係る業務委託	デジタル屋外広告の掲出（協賛入札時の提示内容）
協賛基準額	30,000,000円（税抜）												
区分	契約案件	概要											
協賛	スポンサーシップ契約	【カテゴリー】 デジタル屋外広告											
調達	デジタル屋外広告の掲出に係る業務委託	デジタル屋外広告の掲出（協賛入札時の提示内容）											

案件 4	・ 東京2025世界陸上サプライヤー（競技備品）スポンサーシップ契約 ・ 東京2025世界陸上競技選手権大会における陸上競技備品の調達及び装飾等に係る業務委託										
契約方法	一般競争入札（スポンサーシップ契約と調達契約の同時入札）										
概要	○スポンサーシップ（企業協賛）を通じた大会の収入確保と、大会に必要な陸上競技備品の調達等を目的として、スポンサーシッ プ契約者と陸上競技備品の調達等の受託者を同時に募集し、同一の事業者と契約を締結										
	○スポンサーシップ契約の協賛基準額と調達契約の調達基準額を公表した上で、各々について入札を実施し、その入札価格の差が 最小となる事業者を優先交渉者（落札候補者）に決定										
	<table><tr><td>協賛基準額</td><td>30, 000, 000円（税抜）</td></tr><tr><td>調達基準額</td><td>93, 065, 000円（税抜）</td></tr></table>			協賛基準額	30, 000, 000円（税抜）	調達基準額	93, 065, 000円（税抜）				
	協賛基準額	30, 000, 000円（税抜）									
	調達基準額	93, 065, 000円（税抜）									
<table><tr><td>区分</td><td>契約条件</td><td>概要</td></tr><tr><td>協賛</td><td>スポンサーシップ契約</td><td>【カテゴリー】 競技備品</td></tr><tr><td>調達</td><td>陸上競技備品の調達及び装飾等に係る業務委託</td><td>競技運営に必要な競技備品の調達と装飾等</td></tr></table>			区分	契約条件	概要	協賛	スポンサーシップ契約	【カテゴリー】 競技備品	調達	陸上競技備品の調達及び装飾等に係る業務委託	競技運営に必要な競技備品の調達と装飾等
区分	契約条件	概要									
協賛	スポンサーシップ契約	【カテゴリー】 競技備品									
調達	陸上競技備品の調達及び装飾等に係る業務委託	競技運営に必要な競技備品の調達と装飾等									
○契約期間 スポンサーシップ契約：契約締結日から2025年12月21日まで 陸上競技備品の調達及び装飾等に係る業務委託：契約締結日から2025年9月30日まで											
案件 5	東京2025世界陸上競技選手権大会における弁当等提供業務委託										
契約方法	希望制指名競争入札										
概要	○大会期間中、各会場（国立競技場、代々木公園陸上競技場、東京大学陸上競技場、大井ふ頭中央海浜公園陸上競技場）において、大会関係者に対して昼食、軽食及び夕食の弁当を提供する業務等を委託										
	○主な業務内容は以下のとおり										
	<table><tr><td>弁当提供対象者</td><td>混成競技選手【216名】、深夜帯選手【200名前後】、国際審判員【40名前後】、国内技術役員【300名前後】、競技運営コラボレーター【300名前後】、医療関係者【200名前後】</td></tr><tr><td>弁当メニュー</td><td>○混成競技選手：昼食－ホットミール、 軽食－個包装食品、果物 ○国際審判員、国内技術役員、競技運営コラボレーター、医療関係者：日替わり弁当 ○深夜帯選手：日替わり弁当</td></tr><tr><td>納品弁当数</td><td>延べ18, 290食</td></tr></table>			弁当提供対象者	混成競技選手【216名】、深夜帯選手【200名前後】、国際審判員【40名前後】、国内技術役員【300名前後】、競技運営コラボレーター【300名前後】、医療関係者【200名前後】	弁当メニュー	○混成競技選手：昼食－ホットミール、 軽食－個包装食品、果物 ○国際審判員、国内技術役員、競技運営コラボレーター、医療関係者：日替わり弁当 ○深夜帯選手：日替わり弁当	納品弁当数	延べ18, 290食		
	弁当提供対象者	混成競技選手【216名】、深夜帯選手【200名前後】、国際審判員【40名前後】、国内技術役員【300名前後】、競技運営コラボレーター【300名前後】、医療関係者【200名前後】									
	弁当メニュー	○混成競技選手：昼食－ホットミール、 軽食－個包装食品、果物 ○国際審判員、国内技術役員、競技運営コラボレーター、医療関係者：日替わり弁当 ○深夜帯選手：日替わり弁当									
納品弁当数	延べ18, 290食										
○契約期間：契約確定の日の翌日から2025年10月31日まで											

審査結果	➤ 案件１～３について、契約手続前（仕様の内容、予定価格、契約方法等）の審査を実施し、了承された。 ➤ 案件４～５について、契約締結前（入札経過、契約候補者、契約金額等）の審査を実施し、了承された。
委員の 主な意見 (要旨)	(案件１について) ○原澤委員 予定価格がクオカードの券面額より高くなっていることが気にかかる。予定価格の算出方法に問題はないか。 ⇒ 所管部 希望制指名競争入札の場合は、原則５社から下見積を取ることであり、ご指摘のとおり、そのうち１社の下見積価格が高くなっているが、予算の範囲内に収まるため、原則どおり５社の平均額により予定価格を算出している。 ○黒石委員 本件の入札においては、クオカードの券面自体の割引はないが、それ以外の部分で価格競争してもらおうという理解でよいか。 ⇒ 所管部 各社にヒアリングしたところ、クオカード自体の割引は基本的にないと聞いているので、ご指摘のとおり、発送費等のその他の部分で価格競争がされるものと考えている。 (案件２について) ○黒石委員 この契約の内容を確認したい。この契約は「Tokoy Tokyo」の看板等の広告枠を買い取って掲載する業務委託なのか。また、東京観光財団との関係はどのようになっているのか。 ⇒ 所管部 本契約は、東京大会においてWAが保有する看板等の広告媒体について「Tokyo Toky」のロゴなどを掲出する権利を付与してもらい、その掲出業務等をWAに委託するものである。 東京観光財団は、世界陸上財団との協定を通じて、本委託のPR素材の提供と経費を負担することとなっており、世界陸上財団はWAとの調整及び契約行為を担うこととなっている。 (次ページに続く)

○原澤委員

東京をPRするための広告であるにもかかわらず、東京観光財団や東京2025世界陸上財団ではなくWAがそのコンテンツを決める権限を有することに問題はないのか。

⇒ 所管部

看板に掲出するロゴのデザインやアメリカのテレビCMで放送する動画等のコンテンツは東京観光財団が製作したものを世界陸上財団がWAに提供することとなっている。

最終的な決定権はWAが有するものの、前回のブダペスト大会での東京PRと同様に、私たちが提供したコンテンツをそのまま掲出いただけるものと考えている。

(案件3について)

○原澤委員

本スポンサー契約では、入札の際に事業者が提示した広告効果指標をもとに優先交渉者（落札候補者）を決定することとなっている。

この広告効果指標の算定にあたっては、首都圏における利用客数上位10駅から500m以内であれば付与されるポイントが同一になっているが、この基準では、例えば、利用客数が2位の渋谷駅や3位の池袋駅の駅前広告よりも、1位の新宿駅から500mも離れた場所にある広告の方が高いポイントが付与されてしまう。駅にポイント差を設けるだけでなく、人通り等を加味した掲載場所によってもポイント差を設けた方が良いのではないのか。

⇒ 所管部

「駅から500m以内」という要件にしているのは、デジタル屋外広告が設置されているエリアの多くは、ターミナル駅近くや繁華街などの人通りの多い場所であり、概ね駅から500m以内に立地していることが理由である。

そのうえで、ご指摘のとおり、駅前と、駅から500m離れた場所とは差があるものと認識しているが、駅からの距離を数値化して指標を設定するのが困難であるため、一律のポイントとした。

○黒石委員

調達の内容を考えると、この契約は、広告効果指標による競争入札よりも、プロポーザル方式か総合評価方式にした方が良いのではないのか。

⇒ 小林委員

スポンサー契約では、客観的で透明性の高い契約手続を採用することとなっており、協賛入札の場合は金額による価格競争、現物協賛（VIK）の場合には、客観的な指標による入札等がスポンサー契約規則によって定められている。

このため、通常の調達契約であれば、プロポーザル方式などの契約方法も採用できるが、今回のような現物協賛（VIK）の場合は、客観的な指標による一般競争入札を採用することとしている。

(案件4について)

特段の意見なし

(案件5について)

○黒石委員

入札結果をみると、弁当の品質に係る経費の削減はなく、間接経費（配送費等）の部分で企業努力が確認されたのは良いことだと思う。

一方で、世間が敏感になっているフードロス対策もとても重要なので、品質の担保に充分留意してほしい。

⇒ 所管部

ご指摘を踏まえ、フードロス対策や衛生管理などに留意しながら、品質を担保し、しっかりと履行の確認を行っていく。

○原澤委員

落札候補者の入札額の内訳をみると、下見積額と比較して冷蔵庫等の手配や配送管理の経費が低くなっているが、食中毒が起こりやすい時期であることから、経費縮減により弁当の品質劣化を招くことがないように注視してほしい。

⇒ 所管部

本契約において食の安全の確保は大変重要であると認識しており、ご指摘を踏まえ、弁当の品質確保に支障を来さないよう、弁当保管の温度管理を徹底し、配送管理を含めしっかりと管理を行っていく。