

(表) 平成 17 年度家畜受精卵移植総合推進事業管理委託契約実績額

(単位：円)

項目	税込予算額	実績総額
飼料費	9,399,402	9,399,402
原材料費	2,796,178	2,796,178
管理賃金	31,339,612	31,339,612
需用費	1,213,561	1,213,561
賃料・料金	2,426,200	2,426,200
燃料費	1,271,600	1,271,600
修繕費	2,810,000	2,810,000
役務費	2,205,550	2,205,550
租税負担金	2,355,897	2,355,897
施設費	22,000,000	22,000,000
西神分場用地経費	1,953,000	1,953,000
合計	79,771,000	79,771,000

#### 監査結果

社団法人秋田県農業公社に委託している供卵牛等管理委託の委託料の精算や委託事業の執行状況について、県では、業務記録等により、供卵牛の管理状況を確認するとともに、公社の元帳、伝票等で委託事業に係る支出の内容を確認しており、実績書に差異がなかったのは、内容確認の結果、委託業務に関する支出額が各費目について契約額以上であったため、契約額を実績額として扱ったことによると説明する。

しかし、この精算書では、実際にかかった経費が全く把握できず、事業の適切な運営が果たされたかどうか、確認することは困難である。

実績額が予算を上回ったとしても、予算に合わせるのではなく、実際の金額を記載し、委託した事業の状況を確認できる精算書を作成する必要がある。

#### 意見

社団法人秋田県農業公社に委託している供卵牛等管理委託では、委託業務に関する支出額が各費目について契約額以上であったということであるが、それにもかかわらず事業が継続できるのは、施設費として、減価償却費相当額 2,200 万円を委託料に含めて支払っているためと推測される。施設費に関しては公社での支出を伴わないため、資金は手もとに残る。当該施設費は、契約を開始した平成 11 年度期初

時点での牧舎等の帳簿価格 326,302 千円を残存使用可能年数として見積もった 15 年で除して算定したものであるが、帳簿価格相当額を払い終わる平成 25 年度以降の取り決めが明確にはなされていない。

根拠のない継続的な支払を防止するために、当該施設費の算定根拠及び支払期間等について、覚書等を締結しておくことが望ましい。

また、公社に内部留保すべき施設費が事業費にまわされることで、設備の更新時に追加的な県負担が生じないように、長期的な視野にたって、実態にあった委託料を支払うことで、契約についてより透明性を確保すべきである。

#### 1 4 県産品普及宣伝対策事業の実施内容について

事業名	県産品普及宣伝対策事業
契約者名	財団法人秋田県物産振興会
契約額	15,602 千円
随意契約理由	事業を効果的に実施するには、県産品全般についての特有な知識を幅広く求められる。特に、「花まるっ秋田ふるさと館」は、その性格上、商品構成や仕入れ値等に制約が生じる中、県産品の宣伝、紹介、あっせんを兼ねた販売業務を行うものであり、公益法人である同会以外に事業の受託に適した事業者はいないため。

##### (1) 県産品普及宣伝対策事業の実施内容について

県産品普及宣伝対策事業は、①物産宣伝資料の作成、②アンテナショップ運営委託、③県産品販売現場強化事業の3つからなる。

当該事業の財団法人秋田県物産振興会（以下、「振興会」という。）への委託金額15,602 千円のうち、物産宣伝資料作成は3,560 千円であり、東京アンテナショップの宣伝紹介パンフレットの作成をするものである。

(表) 県産品普及宣伝対策事業の事業内容

(単位：千円)

項目	事業費	事業内容
物産宣伝資料の作成	3,560	東京アンテナショップの宣伝紹介パンフレットの作成 20,000 部
アンテナショップ運営委託	5,471	アンテナショップ「花まるっ秋田ふるさと館」の運営
県産品販売現場強化事業	6,571	消費者ニーズの把握、生産者へのフィードバック等
計	15,602	

東京アンテナショップの宣伝紹介パンフレットの作成部数は2万部の計画であったが、実際に作成したのは5千部で、残部の1万5千部は作成されていない。

しかし、以下のような複数の理由から、計画した部数のパンフレットが作成されていないのに、委託料全額が支払われている。

- ① 振興会内において、パンフレットの作成部数が2万部であることが伝わっていなかった。
- ② パンフレットの一部は、百貨店等へ直接送付されること等により、納入時の検査が機能しなかった。
- ③ 委託料が月次払いであることもあり、その支出時に委託内容と実績との比較が正確にされなかった。

## 監査結果

東京アンテナショップ宣伝紹介パンフレットの作成部数は 2 万部の計画であったが、実際に作成したのは 5 千部で、残部の 1 万 5 千部は作成されていない。

よって、作成しなかった 1 万 5 千部のパンフレットに相当する委託料の返還を求められたい。

## (2) 県による管理について

振興会は、県産品の販路拡大を図るために、県の委託事業を中心に、県産品の品質向上・商品開発に係る事業、県産品の普及宣伝・情報の収集と提供に係る事業、観光と物産展・展示会に係る事業、県産品の展示・販売などを行っている。

秋田県は、振興会出損金の 93.3%にあたる 70,000 千円を出損している。

振興会について、情報公開条例に基づき毎年度県が求めている経営書類の提出時において、損益計算書の科目内容を確認する他、必要に応じて総勘定元帳の写しとの突合を行っている。その他、県の規則に基づき、3 年に 1 回の割合で立ち入り検査の実施、財政的援助団体に係る監査委員の定期的監査、総務課による経営評価に関するヒアリングが行われている。

しかし、県は振興会の出損金の 90%以上を占め、資本関係からは県と一体であること、常勤理事が 1 名だけであり、効果的なガバナンスが期待できないことに鑑みて、少なくとも年に一度の財務監査を実施すべきと考える。なお、平成 17 年度は、臨時的に現金出納管理に関するチェックが行われている。

## 意見

よって、振興会に対する資本関係等に鑑みて、少なくとも年に一度の財務監査を実施するよう検討されたい。

1 5 貿易促進普及啓発事業の実施内容について

事業名	貿易促進普及啓発事業
契約者名	社団法人秋田県貿易促進協会
契約額	2,747 千円
随意契約理由	<p>社団法人秋田県貿易促進協会は県内の民間貿易促進団体を統合・一元化し、県内企業の貿易活動を専門に支援することを目的として設立された団体であり、県内で同趣旨によって活動している唯一の団体である。</p> <p>また、同協会は、日頃から貿易関連企業と連絡調整を図り、かつこれらの企業データを大部分把握していることから、経済的・効率的に調査し、貿易促進を普及啓発することができる。</p> <p>このため、貿易促進のための普及啓発業務の委託先としては、当協会が最も適当であると考えられる。</p> <p>よって、地方自治法施行令第 167 条の 2 第 1 項第 2 号により同協会と随意契約する。</p>

貿易促進普及啓発事業は、貿易関連企業の情報収集、貿易知識の普及、海外取引支援策の PR 等を行うことにより、貿易関連企業の裾野拡大や秋田港コンテナ航路の利用拡大を図ることを目的として、下記の 3 つの事業を委託している。

(1) 企業等訪問調査

下記の調査対象 250 社・団体に対して、下記の調査項目を調査し、訪問企業等のデータベース化を行う。

調査対象

- ①県内外港（秋田港、船川港、能代港、秋田空港）以外の港を利用して貿易を行っている県内または隣県企業・団体
- ②現在貿易を行っていないが、今後行う可能性のある県内企業・団体等

調査項目

- ①会社・団体概要
- ②貿易取引情報
- ③海外取引の決定権、直接・間接貿易の別について
- ④県内外港の問題点
- ⑤コンテナ港路・エアカーゴの問題点
- ⑤県・協会などの支援策について

(2) 貿易促進セミナー・相談会

(3) 普及啓発資料作成

企業等訪問調査における個別の貿易企業訪問調査票は 261 件であるが、この中には、県の組織である地域振興局が 5 局、また 41 団体に 2 回以上訪問しており、これらを差し引くと計画の 250 社・団体を訪問していない。訪問日が異なるが、同一の団体に訪問しており、調査票の内容が全く同一のものもある。

また、データベースの内容は、訪問日、企業名及び所在市町村のみで、データベースと呼べる内容ではない。

さらに「貿易企業訪問調査票」を入手するだけで、統計的処理をしていないが、貿易の状況、利用港の決定権、現在の利用港の問題点、秋田港の利用可能性などの項目の統計処理までを、委託内容とすべきである。

県は、企業等訪問調査結果を利用している形跡が少ない。

(表) 貿易促進普及啓発事業・企業等訪問調査のデータベースの例示

番号	月／日	企業名	よみがな	所在市町村
1	○月○日	秋田○○	あきた○○○○	秋田市

#### 監査結果

企業等訪問調査における個別の貿易企業訪問調査票は 261 件であるが、この中には、県の組織である地域振興局が 5 局、また 41 団体に 2 回以上訪問しており、これらを差し引くと計画の 250 社・団体を訪問していない。訪問日が異なるが、同一の団体に訪問しており、調査票の内容が全く同一のものもある。

また、データベースの内容は、訪問日、企業名、所在市町村のみで、データベースと呼べる内容ではない。

さらに「貿易企業訪問調査票」を入手するだけで、統計的処理をしていないが、貿易の状況、利用港の決定権、現在の利用港の問題点、秋田港の利用可能性などの項目の統計処理までを、委託内容とすべきである。

こうした状況から、企業等訪問調査について、現在の内容で毎年実施すべき内容か疑問である。

16 エージェント・マスコミ等招待事業の効果について

事業名	エージェント・マスコミ等招待事業
契約者名	社団法人秋田観光連盟
契約額	5,505 千円
随意契約理由	社団法人秋田観光連盟は、全県唯一の県単位での観光振興を目的とする公益法人であり、県を挙げて取り組む各種観光施策の具現者として中心的役割を担っており、これまで培った豊富な情報と優れたノウハウを持ち合わせている。また、観光連盟会員である市町村観光協会・民間観光関係事業者と太いパイプを持っているため、最も効果的かつ経済的な実施が可能であるため、共同事業として実施する。

エージェント・マスコミ等招待事業の事業内容は、次の2つからなる。

(1) エージェント・マスコミ等招待ツアー

東京、札幌、名古屋、大阪、福岡の旅行エージェント及びマスコミを対象に、空港等から観光地までの新たな交通アクセスの改善や各地域での観光誘客に向けた新たな取組みなどを紹介するツアーを実施する。

(2) マスコミ等取材助成

マスコミ等からの取材の申込の中で、取材目的、取材場所及び実施内容等が、観光客のために非常に有効と認められるものについて、その取材の経費を助成する。

エージェント・マスコミ等招待ツアーは旅行商品の造成を促進し、あわせて、パブリシティー活用を行うことにより、県内への観光誘客を図ることを目的としている。平成15年度に首都圏を対象に開始し、平成17年度は、5都市に増加した。

エージェント・マスコミ等招待ツアーは、旅行エージェント等を参加者として2泊3日のモニターツアーを5回実施し、合計39名(35社)が参加し、このうち、5社の旅行商品の造成と7媒体の雑誌等への掲載を確認している。

しかし、そうした反応のない招待者も存在している。

1回のツアーで、全参加者からの成果は望めないとしても、継続して実施する以上、成果が増加するように、一層の働きかけをされたい。

## 意 見

エージェント・マスコミ等招待ツアーは旅行商品の造成を促進し、あわせて、パブリシティー活用を行うことにより、県内への観光誘客を図ることを目的としている。

エージェント・マスコミ等招待ツアーは、旅行エージェント等を参加者として2泊3日のモニターツアーを5回実施し、39名（35社）が参加し、このうち、5社の旅行商品の造成と7媒体の雑誌等への掲載を確認している。

1回のツアーで、全参加者からの成果は望めないとしても、継続して実施する以上、成果が増加するように、一層の働きかけをされたい。



## 1.7 秋田うりこみ隊イベント活用 PR 事業の実績報告書について

事業名	秋田うりこみ隊イベント活用 PR 事業
契約者名	社団法人秋田県観光連盟
契約額	5,619 千円
随意契約理由	<p>社団法人秋田県観光連盟は、全県唯一で県単位の観光振興を目的とする公益法人であり、県を挙げて取り組む各種観光振興施策の具現者として中心的役割を担っており、これまで培った豊富な情報とノウハウを持ち合わせている。また非営利団体であるほか消費税非課税団体であるため、安価で良質な業務の提供が受けられる。</p> <p>以上の理由から、同連盟に委託することにより業務の目的に沿った効果的な業務の遂行が可能であると判断できるため、随意契約するものである。</p>

### (1) 実績報告書の記載について

秋田うりこみ隊イベント活用 PR 事業は、秋田への観光客数を増やすため、東京など大都市圏において物産展と観光宣伝・イベントを連携させ、秋田県の総合的な売り込み、継続的な PR を行うことを目的として、他の機関が実施する集客の見込める催事場等において、秋田の観光の PR を行うものである。

しかし、実績報告書には、(表)の秋田県観光連盟の自主事業 15 件と県の委託事業 18 件とを合わせて 33 件の実績が一緒に記載されている。そのため、実績報告書からは、委託事業の実施状況が不明確である。

よって、実績報告書において、自主事業と委託事業を区分して記載されたい。

### (2) 随意契約理由について

秋田うりこみ隊イベント活用 PR 事業を社団法人秋田観光連盟に委託する随意契約の理由は次のとおりである。

社団法人秋田観光連盟は、全県唯一で県単位の観光振興を目的とする公益法人であり、県を挙げて取り組む各種観光振興施策の具現者として中心的役割を担っており、これまで培った豊富な情報とノウハウを持ち合わせている。また非営利団体であるほか消費税非課税団体であるため、安価で良質な業務の提供が受けられる。

以上の理由から、同連盟に委託することにより業務の目的に沿った効果的な業務の遂行が可能であると判断できるため、随意契約するものである。

上記の随意契約理由には具体性が乏しく、この契約について、社団法人秋田観光連盟が唯一の契約先であることが説明されていない。

社団法人秋田県観光連盟が消費税非課税団体であることが理由のひとつになっているが、消費税が非課税であることをもって安価であるとの説明は、消費税が預り金であること、また、通常の消費税課税事業者が排除されることから、適切な理由でない。

(表) 秋田うりこみ隊イベント活用 PR 事業の実績及び委託事業・自主事業の別

	内 容	委託事業	自主事業
1	長者原サービスエリア物産展（宮城）		○
2	食の博覧会（大阪）	○	
3	白神山地ブナの学校		○
4	JR おおみや鉄道ふれあいフェア		○
5	観光と物産展 東武百貨店宇都宮店	○	
6	東北旅メッセ（東京駅）	○	
7	愛・地球博北東北デーイベント	○	
8	県人会祭り in 名古屋（愛知）	○	
9	ハイウェイコミュニケーション in 東北	○	
10	東北うまいもの展（仙台）		○
11	日本全国旅と温泉フェスタ 2005（東京）		○
12	日本全国旅と温泉フェスタ 2005（大阪）		○
13	北東北の物産と観光展（栃木）		○
14	日本海三県うまいものまつり（沖縄）		○
15	東京交通会館 50 周年イベント（東京）	○	
16	東北物産展（山梨）	○	
17	東武百貨店池袋店東北物産展（東京）		○
18	東京交通会館 50 周年イベント（東京）	○	
19	伊勢丹相模原店観光物産展（神奈川）	○	
20	小田急百貨店新宿店観光物産展（東京）	○	
21	出前かまくら IN キャナルシティ博多	○	
22	横手のかまくら・男鹿のなまはげと物産展 IN 八景島（神奈川）	○	
23	さいかや川崎 秋田県の観光と物産展（神奈川）	○	
24	横手のかまくら・男鹿のなまはげと物産展 IN ニッケコルトンプラザ（千葉）	○	
25	駅伝ふるさと広場観光 PR（広島）	○	
26	小田急百貨店藤沢店観光物産展（神奈川）		○
27	新潟大和東北うまいもの物産展（新潟）		○
28	北東北三県合同観光と物産展（北海道）	○	
29	高島屋柏店 大秋田展（千葉）	○	
30	ロビンソン百貨店春日部店物産展（埼玉）		○
31	ロビンソン百貨店小田原店物産展（神奈川）		○
32	大丸ピーコック秋田うまいもの展（東京）		○
33	仙台藤崎北東北物産展（宮城）		○