

【会議録】

会 議 名	第3回港区版ふるさと納税返礼品事業業務委託事業候補者選考委員会
開 催 日 時	令和7年3月27日（木曜日）午後5時から7時まで
開 催 場 所	札の辻スクエア8階活動室
委 員	出席者 5名 朝倉委員長、上村副委員長、岡野委員、保田委員、藤咲委員
事 務 局	産業振興課 観光政策担当課長 産業振興課 シティプロモーション担当
会 議 次 第	1 開会 2 第二次審査実施概要について 3 事業候補者によるプレゼンテーション及びヒアリングの実施 (1) A事業者（30分間） (2) B事業者（30分間） (3) C事業者（30分間） 4 第二次審査結果及び事業候補者の選定について 5 その他 6 閉会
配 付 資 料	（配布資料） 各事業者の企画提案書 資料1 第二次審査実施概要 資料2 第二次審査採点基準表（3事業者分） 資料3 第一次審査・第二次審査集計結果（※採点終了後、机上配布） 参考資料1 第一次審査集計結果 参考資料2 事業候補者選考基準 参考資料3 仕様書（案）
会議の結果及び主要な発言	

事務局	【1 開会】 （開会の挨拶） （事務局より配布資料の確認） 【2 第二次審査実施概要について】 【3 事業候補者によるプレゼンテーション及びヒアリングの実施】 （1）A事業者、プレゼンテーション
事務局	ただいまの説明について選考委員から質問をさせていただきますので、よろしくお願いします。質問のある委員は挙手をお願いします。
A委員	お伺いしたい点は何点かあるのですが、S E Oの話がありましたが、グーグルがたまたまS E Oの市場に介入するわけですが、最近特に4区の事例においてS E Oの事例が変わって、対応しましたとかの事例はありますか。
A事業者	やはりS E Oで重要になってくるのは、多くの方がサイト経由で寄付をするのでS E O対策も重要になってきます。正確なアルゴリズムは公表していないのですが、やはり配送のスピードというのが検索上かなり重要で。あとはサイトのエラーで、サイトを選んでちょっとワードを入れ続けると上に上がるようなものも、ちょっとした小細工はありますが、そういったものは段々となくなっている傾向にあるので、やはりポイントになってくるのが配送の時間です。
A委員	二点目ですが、想定した顧客、港区に寄付するであろうと思われる層はどこにいますか。
A事業者	体験型は近隣に住まわれている方や首都圏内にお住まいの方が東京に遊びに来てチケットを使ったりということはあると思います。
A委員	現地決済型ですが、例えば、都内の4区については現地決済型の寄付はどれくらいの割合になっているのでしょうか。もし公表できるものがあればお願いします。
A事業者	都内の区のいくつかの自治体さんで、その中の区の特性としても例えばちょっといいホテル、高級ホテルだったりとか、都内の自治体の例で言うと大体数億円くらいは現地決済として集めているような実績はあります。
A委員	豊島区ですと事業者 70 を開拓されたということですが、それは具体的にどういう形で開拓したのでしょうか。

A事業者	まず一番大切にしている点は地域の営業さんと密に連携していくことで、一番信頼を得るためにも、A区内のものづくりフェスなど、そのような企業様の集会に積極的に参加させていただいて、そこでふるさと納税について各事業者様にお声掛けさせていただいて、開拓件数は3か月で一気に増やしたかなというところです。
A委員	A区の商工課から何か紹介を受けたわけではなく、御社が独自にセールスをしたということでしょうか。
A事業者	もちろん紹介もあるのですが、そのような会に積極的に参加してそこで話は進めたというのが大きいかなと思います。
A委員	ありがとうございました。私からは以上です。
B委員	23区内の実績があるようですが、返礼品のことでいろいろな体験型の返礼品は需要が高いという事ですが、どういう組み合わせが需要が高いかなと。コトとコトなのか、コトとモノなのか、どのような返礼品が23区で需要が高いのでしょうか。
A事業者	やはり一番需要が高いのはコトとコトだと考えています。理由としては現地を訪れて、観光としてもせっかくいいところに泊まって、食事も食べてというような、やはりそういう組み合わせが一番人気なところになってくるのですが、一部の寄付者様はこういうところに訪れて港区には他にこんな名産品や特産品があるということで、モノの返礼品に対しても興味を持たれる方もいらっしゃるので、そういったお客様のニーズによって何パターンかセット商品として掲載できるというのは今後いいかなと思っています。
B委員	37サイト設定できるのは、最大37を港区さんにやってもらっても、もっと絞り込んでも港区と協議のうえで何サイトにするか決めるということでしょうか。
A事業者	はい、1連携あたり幾らというものではないので。最大で37になります。
B委員	様式8の中で、A区の開拓スピード、70事業者ができたという事が書いてありましたが、中にはこういったスピード感についていけないような事業者さんもあると思うのですが、事業者にどう寄り添っていくか課題点とかお聞かせいただけますでしょうか。
A事業者	本当そこは一番ありまして、事業者さんにいきなり「ふるさと納税やりましょう」と言っても、そもそも体制とかやり方が全くわからないという方がほとんどではあるので、そこは密に打合せであったり、こういう課題があるとヒアリングさせていただいて、それに対してどういうスピード感をもっていくというのは常に連携させていただいております。

B 委員	商店街振興に繋がっていきたい、活性化に繋がっていききたいと冒頭に説明がありましたが、他自治体なども携わっていらっしゃることも示されていましたが、他自治体の商店街の活性化に繋がるエピソードがありましたらお聞かせください。
A 事業者	A自治体の観光協会の会長と一緒にA自治体にこんな美味しいご飯があるんだというのを知りたいというのがまず目的で作成させていただきました。今、ふるさと納税だけの食事券にはなっているのですが、今後の展開としては例えば宿泊施設、区内のスカイツリーとかに設置して今後はそういった区内を訪れた方に向けて来訪者数の増加、プロモーションということに貢献していきたくと思っています。
D 委員	一番は食事券とかホテルなどになるかとは思いますが、それ以外に港区ならではの何かイメージはありますか。
A 事業者	一番はやはり食事、ホテルではないかと思います。ただ商店街などとなると、先ほどA自治体の事例にあった通り大きな事業者さんだけでなく、小さな地域でだしている事業者さんもあると思うので、そういった事業者さんもしっかりサポートしていきたいと思っています。
事務局	A事業者のプレゼンテーションおよびヒアリングが終了しましたので、ここから5分程度採点の時間といたします。採点が終わり提出してよいシートがございましたら挙手をお願いします。事務局より回収させていただきます。 (シートの回収) (2) B事業者、プレゼンテーション
A 委員	まず一点は、今、何地域でふるさと納税業務を担当されていますか。
B 事業者	はい、受託に関しては50者になります。システムだと500者になります。
A 委員	最初の50自治体で、2つ目の質問に繋がるのですが、先ほどSEOの話がありましたが、サイト内で上部に表示されるようなことをやっていく話なのですが、50者担当されていますと50のコンフリクトが生じると思いますが、バナーのスペースが限られていますので、なるべく港区を上位に載せようと思ったら他の自治体のスペースがありますので、港区さんからすると御社に本当にお任せしていいのか、つまり50分の1になってしまう懸念があるので、御社ではその点をどのようにお考えなのでしょう。
B 事業者	通常であれば、例えばこれが肉とか魚はちょっと差別化が出来ないものあれば、確かにそういったことが起こると思っています。しかし、港区さんの体験型の施設

	とかチケットは港区にしかない資産と考えるので、うまくPRできれば、そこま でコンフリクトは発生しないと思っています。
A 委員	寄付者はどういう方を想定していますか。
B 事業者	想定寄付者に関して差別はしていません。やはり高単価だと自分たちのコンテ ンツはアプリ内承認というコンセプトしていますので、高額者だけターゲットにす ると寄付が少ないとはいえ、港区に来れないとか、体験できないとかになってしまう ので、出来る限り多くの方が来られるような形を想定しています。様々な人が体 験できるような返礼品を準備したいと考えています。
A 委員	ただそうすると、宿泊の話がありましたが、宿泊は例えば単価が3万円だとする と多分10万円くらい寄付しないと。10万円寄付できる人となると高額所得者にな ります。そこはどうお考えなのでしょうか。
B 事業者	ホテル事業に関しますとやはりそういった事は発生すると思いますが、あくまで 我々は体験という形になるので、宿泊だけが体験ではなくて、入場料であったとし ても、それは低価格でできるということで、高級ホテルに関してはどうしても我々 でコントロールできないものがあるのでそれ以外でコントロールしていきたいと 考えています。
A 委員	最後に、ペーパーレスの話があったのですが、個人的には書類は無駄だなと思っ ていて、届いた商品に書類が同梱されていても、そもそもやる意味があるのか、もし やる意味があるのなら、その同梱したパンフレットによって例えばこれがこれくら いのコンバージョンレートがありましたとか、そういう実績がどこかの自治体であ れば教えていただきたい。
B 事業者	やる意味があるかに関しては、弊社としてはやる意味はあるという風に思ってい ます。もちろんそのペーパーレスで申請がなくなるのは賛成なのですが、今の仕組 み上、事業証明書は送らないといけないという形になっていますので、そこに関し ては弊社はやる意味はあると思っています。一方、それが実際のプレファレンスに 繋がっているかは、正直データを取ったことがなく、自分の経験として、もちろん 捨てている人もいるとは思いますが、例えば周遊チケットがついていたりとか、確 定申告の時に開けたら子どもたちから「ありがとう」みたいな言葉があったらなか なか捨てづらいと思いますし、一読はすると思うんですね。なので、全員に読んで もらうことは難しいかもしれませんが、そういった拾ってくれる方に対してケアし ていきたいという風に考えております。
B 委員	寄付時期ですが、9月に寄付が多い、8月スタートしたいということですよ ね。4月スタートとなると厳しいですよ、実際可能なのでしょうか。

B 事業者	そうですね、4月の総務省申請に間に合えば可能ですし、実際、立ち上げを弊社もたくさん経験していますのでその知見は多く持ってます。平均的に2か月くらいで立ち上げを実施していますので、10月スタートは弊社としても結構余裕をもったスケジュールと考えています。
B 委員	8月もやってやれないことはない。
B 事業者	はい。実際、他自治体では1か月で立ち上げているので、いくらでもやりようはあるのかなと。
B 委員	短いとなると、そう多くの事業者がスタートする事はできないですね。徐々に事業者を増やしていくというやり方でしょうか。
B 事業者	おっしゃる通りです。まず一つ一つの営業所、それこそ振興協会からの協力を経て、全体研修会をやって、そこから見込みのあるところを個別訪問し、4月中にできるだけ協力できる事業者を探して、そこで実績を進めたうえでまた7月の申請がありますので、そうやってどんどん増やしていくよう考えております。実際、半年間で弊社が500事業者にアプローチして、400の返礼品を半年間で掲載した実績があります。これも23区の自治体です。そのため、スケジュールに間に合わせて返礼品展開することは可能だと思います。
B 委員	多言語化と書いてありますが、もしやるとしたら何言語くらいですか。
B 事業者	多言語に関してはAIを使うと思いますので、そのAIのレベルに応じて多言語を実施していきたいと思っております。
B 委員	資料上、高額そうな返礼品が出ているので、寄付金のミニマムなイメージは。
B 事業者	ミニマムでいうと他の実績も踏まえると2000円、3000円からスタートさせていただいたりもしています。
B 委員	たまたま街歩き体験というのが書いてあり、港区はボランティアガイドがいて、そういった方たちの街歩きというような事を組み込んでいくというのは可能ですか。
B 事業者	可能です。実際、他のところでも同じようなツアーを企画させていただいたりしています。
C 委員	二点ほど質問ですが、様式7の補足資料4のなかで、著名人を起用した港区のプ

	ロモーションというのがありますが、その著名人を起用する狙いをお聞かせいただきたいのと、その方のキャスティングの当ては既にあるのかなのか、そのあたりもお聞かせいただきたいのですが。
B 事業者	著名人を起用するプロモーションに関しては弊社としてもすごく悩みまして。ふるさと納税というと返礼品が注目されがちですが、実際はそれが例えばクラウドファンディング、社会貢献に使われたり、社会課題の解決に使われたりの側面も持ち合わせています。実際、他の自治体ではガバメントクラウドファンディングを通じて、ふるさと納税を通じて社会貢献したり、そういったPR活動をおこなっていますので、もし港区さんがふるさと納税するのならやはりそういった社会貢献活動もご提案いただきたいというか、実現させていきたいという思いを持って、この方が適任ではないかという形で起用させていただきました。実際にキャスティングできるかは、正直、五分五分になっています。契約があるわけではありません。
C 委員	様式9の中で地域通貨連携対応というのが当然あると思うのですが、この地域通貨という言葉も自治体によって捉え方は様々であってシステムや内容も様々だと思うのですが、今回は港区の地域通貨の連携を図っていく上での課題はどう捉えているのでしょうか。
B 事業者	やはりプロモーションの部分になるかと思って、他の23区での地域通貨の連携はどうしても事業者さんにフォーカスせずにその金額とか、地域通貨のみにフォーカスされてしまいがちなところがあります。そのため、地域通貨としては地域通貨としてプロモーションして、その中でももっと可能性のある事業者さんとか、地域通貨でも使われない事業者もいると思うので、そこに焦点を当てて、皆がこの地域通貨に対して参入してもらえる、皆で港区を盛り上げていこうというように思うように対応しなければならないというのが課題だという風に感じています。
D 委員	納付者が社会貢献するサービス型の体験はありますか。
B 事業者	寄付者自体が社会貢献活動を体験するというのは、実際、体験までいくと無いかなど。寄付した後はもう任せるという形になっていて、もちろんそこに対してレポートをお送りさせていただくという対応はしますが、実際に来てくださいとなると、離れていたりするとその飛行機代を誰がもつのか、そういった形で来られる方があまりいなかったというのは弊社としても課題だと捉えています。
事務局	B事業者のプレゼンテーションおよびヒアリングが終了しました。ここから5分程度採点の時間といたします。採点が終了し、提出していい場合は挙手をお願いいたします。 (シートの回収)

事務局	C事業者の準備が整いましたので、C事業者に入場していただきます。 これよりプレゼンテーションを実施します。事業者の皆さまはご説明をお願いいたします。 (3) C事業者、プレゼンテーション 説明ありがとうございました。 只今の説明について選考委員から質問をさせていただきますのでよろしくお願いいたします。質問のある委員の方は挙手をお願いします。
A委員	三点、質問させていただきます。まず一点目ですが、店舗でパンフのPR促進の話がありましたが、これは具体的にどれくらい効果があるのでしょうか。例えば鉄道会社がふるさと納税をやっていますし、航空会社などもやっているわけですが、電車や駅に広告を出していますが、やはり効果が上がってこないというのを考えたときに、店舗でのパンフレットPRは効果がないのではないのかなと思いますので、どれくらいの効果があるのでしょうか。
C事業者	鉄道会社の広告との一番の違いは、私どもの店舗パンフレットはまさに旅行に行こうかと思っている予定者、見込みのお客様に対して訴求することです。かつ、私どもは対面を重視していますので、店舗に対面で相談にきたお客様が、例えば東京方面をちょっと考えているといった場合は、その窓口でこのふるさと納税の旅行クーポンのことをご案内しております。例えばですが、今、港区のこのホテルに宿泊すれば10万円納付いただければ3万円分は個人の旅行代金の補助に使えますよというようなご案内をさせていただいています。そうする事で、かなりの確率でご注文をいただくことができますので、そこが大きな違いです。
A委員	二点目ですが、電子クーポンと紙のクーポンで、紙のクーポンは非常に金額が大きいのですが、これは転売させているのではないのでしょうか。
C事業者	転売に関しては基本的にできない仕組みにはなっていますが、私どもの方で当然その券の番号であるとか、そういったもの等、当然クーポンなので配信したり送付したりというのがあります。それは全てシステムで管理しています。
A委員	電子と紙でこんなに金額に差がでる理由はなんですか
C事業者	券面の設定額を電子クーポンは寄付額1万円から設定していますが、紙の方は最低額30万円からの設定になっております。大きい違いはターゲットだと思うのですが、紙について、世代的に電子クーポンはそぐわないという方々にご利用いただいているのが一つと、ギフトですね。例えばご両親にプレゼントするためとかの用途に使われることが非常に多くなっていますので、高い額になっております。

A 委員	最後ですが、色々お伺いしていると魅力的だなと思う一方で、旅行と大企業とのタイアップが中心の建付けになっていて、そうすると寄付できるのはお金持ちが中心なのかなと思ひまして、それが今回の港区さんのふるさと納税の在り方として正しいのか正しくないのかはちょっと判断に困ったところですが、そこらへんの説明をお願いします。
C 事業者	こちらは、やはり港区さんともご相談になると思いますが、例えば、先ほど少し紹介させていただいたふるなびトラベルとか、旅先納税というのは現地決済型の返礼品になっていますので、基本的に寄付額が1万円レベルからですね、寄付ができて返礼品の金額としては3,000円くらいかと思います。利用シーンとしては、やはりビジネスマンが、例えば近隣在勤者の方がランチに使ったりというのは非常に多いですので、そういった方々にもマッチできるような仕組みを作ってまいります。
B 委員	近隣のビジネスマンがランチで使うのでは、寄付している人は港区に住んでいる人ではないのでしょうか。近くに住んでいて、港区に働きに来ている人など。
C 事業者	はい。港区民の方は返礼品を受け取ることができませんので、基本的には区外の方が逆に在勤者が多いと思うのですが、そういった方々が主なターゲットになるかと思っています。
B 委員	区のシティプロモーションが港区に働きに来る方にランチに使ってもらう、それは意味がありますか。ふるさと納税の本来の主旨と違ってしまう感じがします。
C 事業者	その点に関しましては、私どもの主たる提案としてはやはり旅行ですとか、シティプロモーションの全国にPRすることではあるのですが、当然ながら23区にお住まいの方も、一都三県にお住まいの方も在勤者の方も、やはり区内にこういう美味しい店があるとか、こういうレストランがあるよね、こういうサービスがあるよねといったところもプロモーションの一環であるかとは考えておりますので、ターゲットは在勤者であっても、その部分は増えるのかなと考えております。
B 委員	話は変わりますが、港区さん専用のダイヤルを受け持つスタッフは何人くらい配置しているのですか。
C 事業者	コールセンターですのでシフト制にしていますのでほぼ年中無休ですが、常時としては20名ほど、そして12月等の繁忙期は殺到する時期がありますので、この時期は倍以上の40名程度の体制で組ませていただいています。 人数ですが、先日コールセンターの強化を見直しましたので、来年度からは通常で40人、最大55～60人になります。

B 委員	事業者さんを支援していただかないといけないので、勉強会をやっていただけるという事ですが、どれくらいの回数ですか。
C 事業者	年に 1 回か 2 回くらいが最もバランスがよく適正であるかなと考えています。
C 委員	様式 6 の中で業務スケジュール管理が示されていて、今、別の委員からも指摘がありました。再委託契約が特設サイトの開設とか、寄付金の受領証明書の発行というところに入っていると思うのですが、この辺は再委託事業というところというよりは御社が一貫したサービスという訳ではないと思うのですが、課題をどう捉えているかと、課題に対してどう対応されているのかお聞かせ願いたい。 再委託することによって、おそらく御社だけでなくもう一者絡むことになると思うのですが、そういった体制を組むことに対してどう捉えているかという事になります。
C 事業者	課題は二つほどあると思っておりまして、一つはおそらくご懸念されていることはいわゆるコミュニケーションとか連携のところかと思いますが、すでに私どもは 180 以上の自治体様でこのような形の方式をとっておりまして、再委託と言いつつもほぼ毎日のように打合せしたりコミュニケーションを取ったりオペレーションの方でやり取りをさせていただいていますので、何かコミュニケーションの行き違いによって業務が滞るということは今まで一度もございません。 もう一つ、ご懸念されているのは個人情報の保護ですが、こちらの保護にしましては私どももものすごく重要な課題だと考えておりますが、私どもは自社でも P マークプラス、IMS、ISMS という国際認証のものを注視しておりますが、再委託先に関しても基本的には同じレベルのものを求めて契約しておりますので、定期的にそういった監査であるとかそういったことを含め対応させていただいています。
C 委員	もう一点、様式 6 のスタッフの記載があるわけですが、港区在住歴 10 年ということで、港区らしさという表現を提案していますが、港区らしさとはどういう風に捉えていて、その部分を返礼品にどう反映されているかをお聞かせください。
C 事業者	港区らしさって凄く抽象的ですが、いくつかあると思うのですが、一つはこちらの表紙に表現させていただきましたが、全国を含めやはり皆さんの港区さんに対するイメージですね、煌びやかな、夜景を含め心ときめく、心ときめく瞬間、これが港区さんの政策の方向性のあるべき姿にこのキーワードが出てくるのですが、まさにこれかなという風に思っています。
D 委員	港区の窓口で専任という方はいらっしゃるのですか。
C 事業者	実際は専任という形は置いていませんが、私どもはあえて専任という形ではなく

	て、今日お邪魔しているメンバーのように複数の担当制を敷いています。ふるさと納税の事業に関しては逆に、自治体さんも含め横の繋がり、情報共有や連携がすごく大事なチームだと思っています。我々も複数の自治体を担当する事によって色々な他の成功事例であるとか知見、ノウハウが蓄積されているので、それを港区さんへ還元して、他を真似するわけではないのですが、他に例えばこんな取組をしてうまくいったという事を、各担当が全てもっていますので、そういった事を還元させていただけるというメリットがあるので、このようにさせていただきました。
D 委員	連絡した時になかなか連絡が取れないなど課題がありましたら教えてください。
C 事業者	専任であっても1人だとその者がいないとわからないという事があるのですが、私たち3人は常に毎日連携していますので、例えば〇〇が不在であれば△△が対応できます。こういう形が理想ではないかと考えております。
E 委員	勉強会は、定期的ということは年2回くらいというご説明だったかと思うのですが、この講師の方というか、次のページのプロのカメラマンとか映像に関してはどんなスタッフでどのくらい的人数でサポートするのか。勉強会はどれくらいの規模を想定しているのか教えてください。
C 事業者	まず返礼品事業者様に関しましては、日々、私ども3名のスタッフを中心に訪問したり、そういう形で諸々フォローアップさせていただこうと思います。 説明会に関しましては、私どもがもっている知見ノウハウというところもありますので、我々の方から、例えばですね、企業さんが売り上げの拡大のためにどうやったらいいとか、こういったお話であるとか、どういう返礼品を作ったら良いかみたいなものもコンサルティングすることができますので、他でうまくいった成功事例などを共有することができる。我々中心で運営したいとは思っていますが、一部は皆さんにご相談ですがポータルサイトの方にもコンサルタントもいますので場合によってはそのサイトのフォローの方も連れてきてセミナーもさせたいと考えています。
事務局	C事業者のプレゼンテーションおよびヒアリングが終了しました。ここから5分程度採点の時間といたします。先ほどの採点表など直したい場合はお戻し致します。 では、集計させていただきますので少しお待ちください。 (シートの回収および、点数の集計) 委員の皆さま、大変お待たせしました。
委員長	では、第二次審査事業候補者の選定について、事務局から資料3についてご説明ください。

事務局	【4 第二次審査結果及び事業候補者の選定について】 資料3をご覧ください。点数についてお伝えします。まず、A事業者の採点結果です。項番1の業務主旨の理解については、委員5名の合計が40点、項番2の提案の実現性は120点、項番3の提案の発展性は102点、項番4の理解回答力は42点、項番5の取り組み意欲は84点、一次審査加点項目を加えた総合評価は1,154点になります。 続いてB事業者の採点結果ですが、項番1が44点、項番2が120点、項番3が126点、項番4が46点、項番5が96点、合計1,291点。 続けてC事業者は項番1が34点、2番が120点、3番が96点、4番が40点、5番が76点、合計が1,149点になります。 以上の結果から第一位が1,291点のB事業者、第二位がA事業者の1,154点、第3位がC事業者の1,149点になります。点差についてはいくつかございますので、この後、修正がありましたらご審議いただければと思います。事務局からの説明は以上です。 では、評価したポイントなどございましたら各委員からお願いいたします。 ではD委員からお願いします。
D委員	全体的にはB事業者が一番点数を高くしています。A事業者は港区ならではの部分で港区ならではのものを発掘していこうというようなところもあり感じられなかった。B事業者は8月からの実施というのも良い提案だと思いましたし、開拓精神もあってよかった。C事業者は、実績はありそうですが、港区ならではのところで劣るかなと思いました。
E委員	私のB事業者の項番3の3、提案の発展性については少し低くしてしまったのですが点数については24点にさせていただきたいと思います。 全体としてはやはり各委員が総合点でも高い点をつけられていますので、B事業者が採択される方向でよろしいのかなと思います。
A委員	私は二次審査についてはA事業者を一番評価しました。全体的にとってもバランスが取れていたのとプレゼンテーションもまとまっていたし好感度も高かった。 ただ一次審査の結果と合計して、B事業者が選出されるであろうと思いながら得点をつけていましたので、最終的な結果についてはこの通りだろうなと理解しています。

C委員	私はA事業者については商店街の活性化という表現とかワードが何度も出てきてはいたんですが、ちょっと商店街の捉え方というのが、商店街と観光団体または中小の個店も含め、全て合わさっているような印象を受けてしまったのでこの部分は深堀りできていないかなという印象を受けました。 B事業者については、まず意欲的だということ、スジュールもそうですし事業者の個別対応といったところも意欲を感じられたというところがありました。著名人についても安に著名人を起用するのではなく返礼品と結びつければという、そういったところも含めバランス感覚もあるのかなという風に捉えました。 C事業者については、港区のイメージが、返礼品のイメージが少し表面的過ぎるかと思いました。東京タワーやレインボーブリッジのような煌びやかなところに留まってしまい、良くも悪くも旅行一色だなというところの一次審査のイメージがそのままだったなと思いました。 ただ、全体的に全ての事業者において提案を実現するという力は非常に高いのかなという印象がありました。
B委員	3者とも実績はありますし、この事業の実施においてはやはりどんな返礼品を準備するかについてB事業者が一番具体的であったということ、港区らしいもの、現時点での啓発がされていたという点を非常に高く買いました。先ほどA委員にも聞きましたが、8月、9月に需要がきっと集中するだろうと、それを見込んで8月にスタートも可能だという風に言ってましたので、やはり需要をきちっととる、その実現性はB事業者が一番高いなと思いましたので、私はB事業者に一番高い点数をつけました。
委員長	今、皆さんに講評していただいたので審査にあたって意見交換などしていただければと思いますがいかがでしょうか。言い忘れたこと等ございましたら。あと、各委員に点数のばらつきがありましたね。
事務局	いくつかございました。今、E委員から項番3の3番「提案の発展性」B事業者の点数を修正していただきまして、18点から24点になっているところですが、もし皆様の意見を聞いて修正ありましたら併せておっしゃっていただけると有難いです。
委員長	いかがでしょうか。 (一同、異議なし)
委員長	では、E委員の点数を直していただいて、他の委員の方はよろしいでしょうか。 (一同、異議なし)
事務局	今、新しく計算点数を入れ直したものを念のためもう一度お配りさせていただきますので、再度確認いただけましたらと思います。

委員長	先に結果だけお伝えいたしますと、E委員のところを修正しまして、B事業者の点数が426点から432点に合計が増え、合計点が1,285点から1,291点に増えますので選考自体はB事業者のまま決定になるかと思います。
事務局	事務局から再度先ほどの項番の確認をしていただきたいと思います。
事務局	B事業者が第二次審査の合計が432点で一次審査、二次審査の合計が1,291点です。
委員長	こちらについて何かご意見、ご質問等よろしいでしょうか。 (一同、異議なし)
委員長	では審査結果や各委員からのご意見をもちまして、当委員会としてはB事業者を事業候補者として選定することとしますが、よろしいでしょうか。 (一同、異議なし)
委員長	では、異議がありませんのでB事業者を事業候補者として選定いたします。 では事務局から事業者名を発表してください。 (事務局から事業者名を公表) 【5 その他】 (事務局より事務連絡) 【6 閉会】 (委員長より閉会の挨拶)