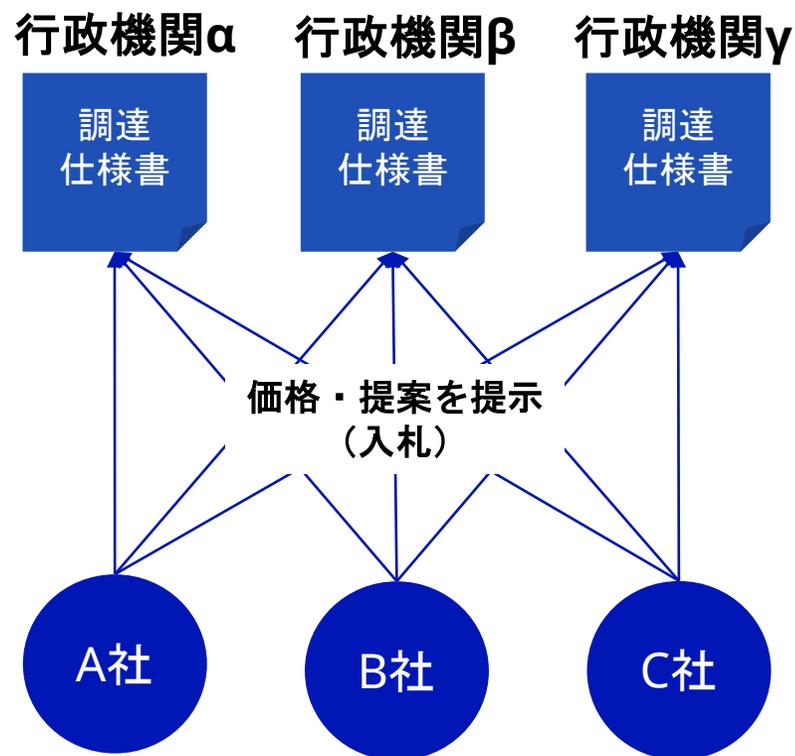


デジタルマーケットプレイスについて

デジタルマーケットプレイス（DMP）とは

通常の情報システム調達

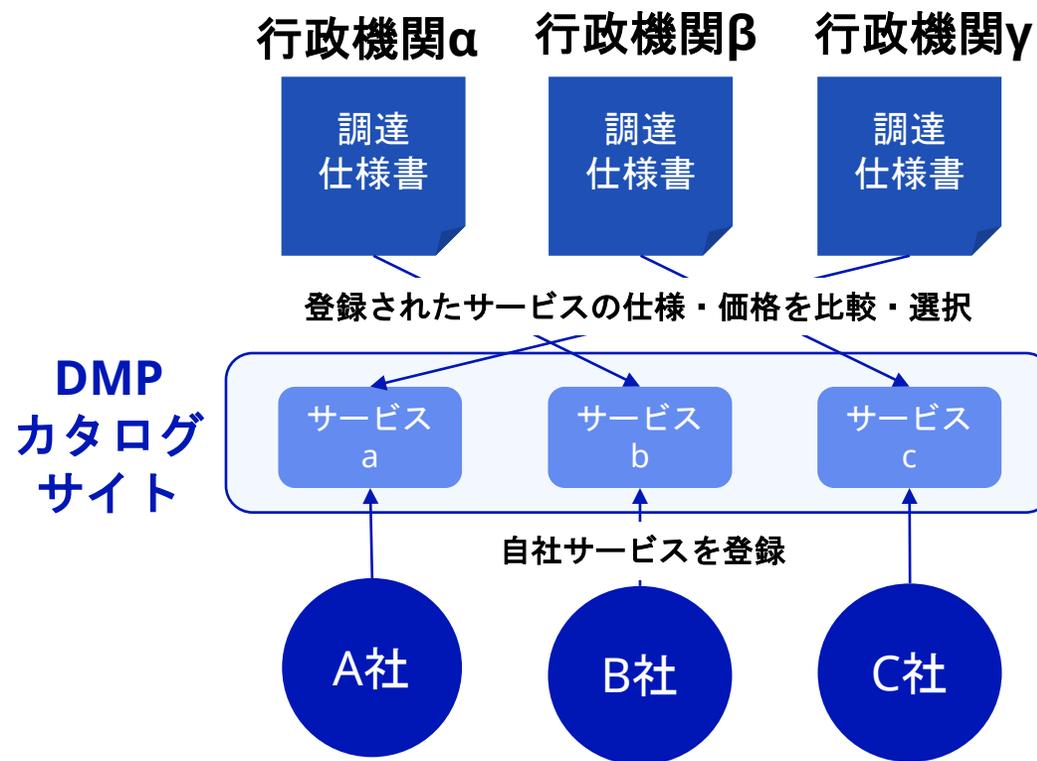
調達の都度、行政機関の調達仕様に対して、複数社が提案と価格を提示し、両面から最も優れた事業者が落札。（総合評価方式）



課題：調達期間が長く、手続が官民双方で負担に
参入障壁が高く、市場の透明性が低い

デジタルマーケットプレイス（DMP）

デジタル庁とあらかじめ基本契約を締結した事業者が、デジタルサービスを登録するカタログサイトを設け、そのカタログサイトより各行政機関が最適なサービスを選択し、個別契約を行う調達手法



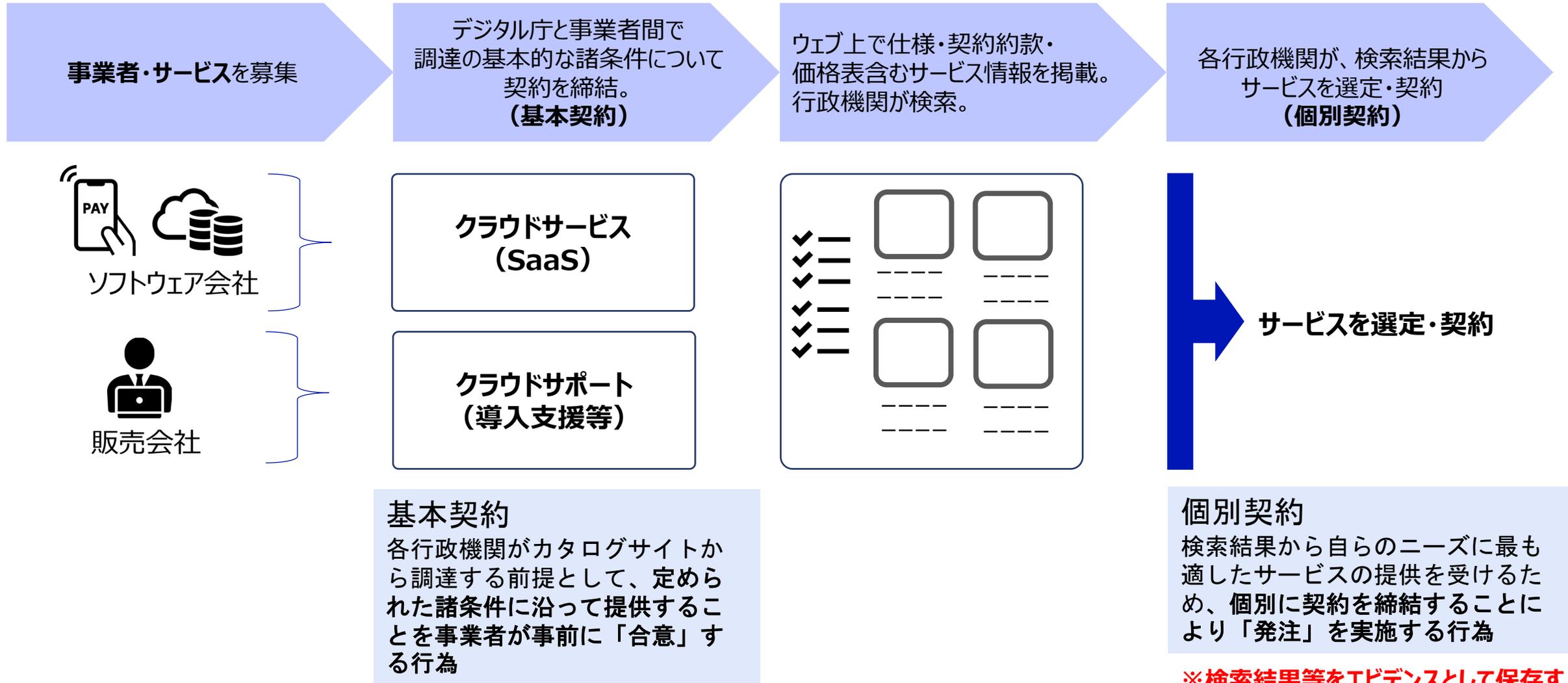
目指す姿：調達期間を短縮、官民双方で調達を簡素に
市場の透明性を高め、多様な事業者参入を促進

DMPで想定する調達対象

IaaS、PaaSについてはガバメントクラウドの取組が進むほか、受託開発におけるマーケットプレイスの整備は難易度が高いことから、まずはSaaS及びその導入支援を行うリセラーに関する調達をDMPの対象として検討。

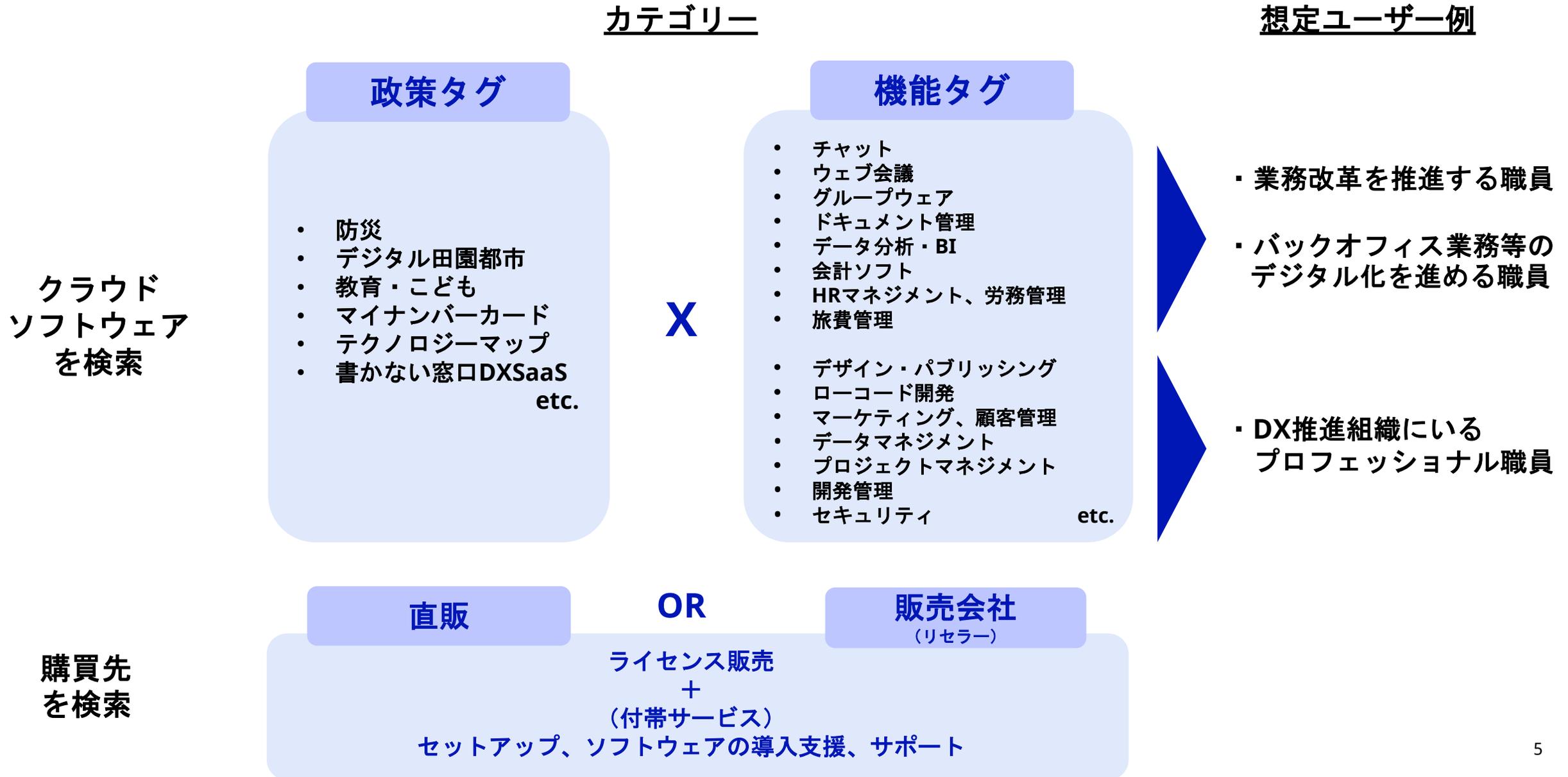
	日本	英国
クラウドソフトウェア (SaaS)	日本版DMPでの 調達対象に	G-Cloudフレームワークで 調達可能
クラウドサポート (導入支援)		
クラウドホスティング (IaaS, PaaS)	ガバメントクラウド	
受託開発・運用 ・ユーザーリサーチ等	一般競争入札等による調達	Digital Outcome & Specialistsフレームワーク

DMPの調達プロセス（イメージ）



※検索結果等をエビデンスとして保存することで調達の透明性、公平性を確保。

DMPの検索イメージ、想定ユーザー例



DMP導入による効果

①クラウドソフトウェア市場の可視化・比較を通じて行政機関による迅速・公平な調達を促すとともに、②公共調達を通じた中小・スタートアップも含めたソフトウェア産業振興につなげる。

現状の課題

■ 行政機関

市場のソフトウェアベンダー情報が限定的であるため、特定のITベンダーに依存。より良いサービス導入の機会損失が発生。調達の手続だけでも通常3ヶ月以上かかり、受託開発が多いため、迅速なシステム導入を実現することが困難。

■ ITベンダー

行政機関のサービスニーズが不透明で、営業コストが高い。調達手続が煩雑であるために参入コストが高く、調達プロセスに慣れていないITベンダーが調達上有利に。

DMPの効果

■ 行政機関

行政機関は、登録されたITサービスから目的にあったものを検索して簡易によりよいサービスを発見できる。

クラウドサービスが迅速に調達可能となり、よりアジャイルなソフトウェア導入が可能となる。

■ ITベンダー

サービスを登録することで幅広い行政機関が発見可能となり、低い営業コストで行政機関にリーチしやすくなる。

調達プロセスの簡素化により、中小・スタートアップも含む多様なベンダーが公平に公共調達市場にアクセス可能となる。

デジタル庁

Digital Agency