

令和4年度高知家プロモーション事業委託業務公募型プロポーザル審査要領

令和4年度高知家プロモーション事業委託業務公募型プロポーザルの審査に関する事項を次に定めます。

1 審査の対象となる参加者

審査は、次の各号をすべて満たす参加者を対象に行います。

- (1) 別途定める「令和4年度高知家プロモーション事業委託業務公募型プロポーザル募集要領」(以下「募集要領」という。)に規定する資格要件を満たす参加者
- (2) 募集要領に規定する期限内に、必要な書類のすべてを提出した参加者
- (3) 募集要領により、適正に書類を作成した参加者

2 審査の項目及び点数

審査員1人あたりの評価点数は400点満点とし、審査項目と審査項目ごとの点数は次のとおりです。

- (1) 業務に対する基本的な認識や考え方 (計90点)
 - ①業務全体について (60点)
 - ②K P I (KeyPerformanceIndicator : 定量指標) について (30点)
- (2) 各企画のプロモーション (計230点)
 - ①記者発表について (30点)
 - ②記念イベントについて (40点)
 - ③レガシー企画について (30点)
 - ④関西戦略 (メディア関連) 企画について (40点)
 - ⑤特設サイトの構築及びSNSなどの活用について (30点)
 - ⑥PRツールについて (30点)
 - ⑦その他の企画について (30点)
- (3) 実施計画 (30点)
- (4) 実施体制 (30点)
- (5) 過去の実績 (10点)
- (6) 経費見積 (10点)

3 審査委員会

参加者から提出された企画提案書に基づきプレゼンテーションを行う審査委員会を開催します。

(1) 日時、場所

日時：令和4年3月29日 (火)

場所：高知共済会館 (高知県高知市本町5丁目3-20)

(2) プレゼンテーション

- ①プレゼンテーションの時間は1参加者あたり40分間とします。
- ②時間や順番は別途お知らせします。
- ③プレゼンテーション終了後、審査委員からの質疑の時間を15分間設けます。

4 審査の方法

- (1) 審査委員会では、提出された企画提案書と、審査委員会におけるプレゼンテーションに対する審査を行います。
- (2) 各審査委員は、別途定める「審査基準」に基づいて審査を行います。
- (3) すべての参加者の審査終了後、各審査委員の評価点数を集計し、評価点数の合計得点が上位の参加者から順に契約の候補者と次点者を決定します。
- (4) 審査の結果、最高点の者が2者以上ある場合は、経費見積額が安価な者から順に候補者と次点者を選定します。
- (5) 委託業務の実施に際して、企画提案の内容をそのまま実施することを約束するものではありません。
選定後は、候補者と県は、企画提案の内容をもとにして、業務の履行に必要な具体の履行条件などの協議を行います。この協議が整ったときには、随意契約の手続きに進みます。14日以内（予定）に協議が整わない場合は、次点者に選定された者が、改めて県と協議を行います。
- (6) 参加者が1者の場合でも審査を行います。
- (7) 各審査委員の評価点数の合計が400点に審査委員数を乗じた点数の50%未満の参加者は、候補者及び次点者となれません。

令和4年度高知家プロモーション事業委託業務公募型プロポーザル審査基準

| 審査の項目 | 配点 | 審査の視点 |
|----------------------|----|---|
| (1) 業務に対する基本的な認識や考え方 | 60 | ①業務全体について 本業務の仕様書に掲げる目的を理解し、具体的に提案されているか。 10年目のテーマが明確で、年間を通じて切れ目がなく、具体的な手法が提案されているか。 高知県にゆかりのある著名な方を適所に活用されているか。 取り組み姿勢は、本委託業務及び高知県の地域活性化に対する思いや熱意が感じられるものであるか。 |
| | 30 | ②K P I (KeyPerformanceIndicator：定量指標) について 「高知家」の認知度及びメディア露出のK P I を達成し得る企画内容となっているか。 |
| (2) 各企画のプロモーション | 30 | ①記者発表について 高知家10年目として、話題性が高く、多くのメディアに訴求する工夫された企画内容となっているか。 また、各企画と連動し、効果的な情報発信につながる企画内容となっているか。 |
| | 40 | ②記念イベントについて 高知家のコンセプトの再認識とともに高知家への愛着が高まり、県民を通じた高知県の情報発信につながる企画内容となっているか。 誰でも参加できて、高知県の魅力が発信される企画内容となっているか。 集客力及びメディアに訴求力のある企画内容となっているか。 イベントプログラムが具体的に提案されているか。 |
| | 30 | ③レガシー企画について 11年目以降も継続して高知家というコンセプトが認識・理解され、また、県民を通じた情報発信が期待できる仕組みや取り組みとなっているか。 |
| | 40 | ④関西戦略（メディア関連）企画について メディア（特に関西）において、話題性が高く、高知県の露出が期待できる取り組みとなっているか。 特に高知家まるごとキッチンカー（仮称）については、効果的な発信（訪問先、訪問時期、販売物、話題作り）や費用対効果が高い企画となっているか。 |
| | 30 | ⑤特設サイトの構築及びSNSなどの活用について 各企画の取り組みをわかりやすく発信する特設サイトの作成となっているか。 また、サイトへの流入につながる取り組み（SNSなどの活用）がされているか。 |

| | | |
|-----------|----|--|
| | 30 | ⑥PRツールについて 「高知家」のコンセプトを効果的に情報発信することができるデザインのPRツールとなっているか。 11年目以降も継続して使用できるデザインとなっているか。 |
| | 30 | ⑦その他の企画について その他の企画として、本委託業務の目的を達成するうえで有用な企画及び効果等について提案がされているか。 |
| (3) 実施計画 | 30 | プロモーション活動全体の実施スケジュールが、年間を通じて切れ目がなく、効果的な情報発信ができる計画となっているか。 |
| (4) 実施体制 | 30 | 事業の実施体制は、本事業の実施に対し適切なものであるか。 業務に応じた専門スタッフなど必要な人材が配置されるなど、柔軟かつ円滑に業務を遂行できる体制となっているか。 |
| (5) 過去の実績 | 10 | 過去の実績は、本事業の実施に対し十分な効果が期待できるものであるか。 |
| (6) 経費見積 | 10 | 事業に要する経費は、積算内訳が明確にされ、適切なものとなっているか。 費用対効果が高い提案となっているか。 |