<別紙>

○ 再審査結果一覧表

(点)

審査項目	候補者	次点者	3位
	株式会社 キョウエイア ドインターナ ショナル	A社	B社
(1) 業務に対する考え方	72	76	68
(2) 広告プラン	200	200	150
(3) スケジュール及び実施体制	68	60	60
(4) 経費見積書	15	14	16
(5) 業務実績	19	18	18
総合得点 ((1) ~ (5) 計)	374	368	312

○ 審査委員の主な意見

- ・ 広告のみになると、ただクリックされただけで効果がないものが多いがあるが、フォームマーケティングは見せかけのコンバージョンよりも生きたコンバージョンになりそうで期待できる。
- ・ 広告媒体が SNS にとどまらず、期待できる媒体の提案があり、長く広範な業界経験に基づいている点が信頼できる。特にフォームマーケティングに期待。
- ・ 多くの企業誘致マーケティングの実績があり、経験値が高い。人員体制もしっかりしているからこそ、多くの自治体からの仕事を回せている印象。
- ・ フォームマーケティング、LinkedIn のターゲットが明確であり、また、フォローアップアプローチによる囲い込みが期待できる。
- ・ クリック数のみを目標とするのではなく、LP により興味関心がある企業にポータルサイトへ誘導するという戦略が真剣に考えられて

いると感じた。

- 広告のみだけで考えると配信数が少ない。
- 見積予算が全体的に高い。
- LPにアンケートを設置することで、ポータルサイトに誘導されな
いまま離脱してしまう可能性が高いので、LPのデザインや仕上がり
については注意が必要。
- フォームマーケティングについて、自治体ならではの信用力を活か
した方法であるが、強引な印象。ターゲットにピンポイントで刺さ
れば効果的だが、難易度が高い。
- コンテンツアップが恒常的ではない。列車内の広告は動画ではない
ため、インパクトが薄い。
- LPにアンケートを設置することで、ポータルサイトに誘導されな
いまま離脱してしまう可能性が高いので、LPのデザインや仕上がり
については注意が必要と感じた。
- バナーデザインやLPの具体的なデザイン案を示していれば、安心
感が出たと思う。