

シティプロモーション推進業務 プロポーザル評価内容・配点表採点基準

評価項目	内容	評価の視点	採点点数	配点	小計 ※項目毎	
提案書評価	ブランディングサイトの制作・管理運営業務	提案されたコンセプトは、本業務の目的に沿った内容となっているか。また、目標値を達成できる具体的な提案内容となっているか。	本業務の目的に沿った魅力的なコンセプトであり、目標値を達成できる具体的な提案である。	5	5	15
			本業務の目的に沿った比較的魅力的なコンセプトであり、目標値を達成できる具体的な提案である。	4		
			本業務の目的に沿っているが、一般的な提案である。	3		
			本業務の目的に沿っているが、具体性のない提案である。	2		
			本業務の目的に沿っておらず、具体性のない提案である。	1		
		本市の「子育てしやすいまち」や「住みやすいまち」、「にぎわいのあるまち」といった魅力が、視覚的にターゲットに伝わるような内容となっているか。また、ターゲットは、エリアを想定の上、インナープロモーションとアウトタープロモーションの考え方に基いた選定になっているか。	インナーとアウトターが整理され、本市の魅力が伝わる内容となっており、視覚的にも大いに優れている提案である。	5		
			インナーとアウトターが整理され、本市の魅力が伝わる内容となっており、視覚的にも比較的優れている提案である。	4		
			インナーとアウトターが整理され、本市の魅力が伝わる内容となっているが、視覚的には一般的な提案である。	3		
			インナーとアウトターが整理されていないが、本市の魅力が伝わる内容となっており、一般的な提案である。	2		
			インナーとアウトターが整理されておらず、本市の魅力が伝わらない提案である。	1		
	提案(ユーザーインターフェース、ページ数、アクセシビリティ等)が、ターゲットの実情に合った内容となっているか。	ターゲットの実情に合った魅力的なコンセプトである。	5			
		ターゲットの実情に合った比較的魅力的なコンセプトである。	4			
		ターゲットの実情に合っているが、一般的な提案である。	3			
		ターゲットの実情に合っているが、魅力のない提案である。	2			
		ターゲットの実情に合っておらず、魅力もない提案である。	1			
	プロモーション動画制作業務	提案されたコンセプトは、本業務の目的に沿った内容となっているか。また、目標値を達成できる具体的な提案内容となっているか。	本業務の目的に沿った魅力的なコンセプトであり、目標値を達成できる具体的な提案である。	5	5	15
			本業務の目的に沿った比較的魅力的なコンセプトであり、目標値を達成できる具体的な提案である。	4		
			本業務の目的に沿っているが、一般的な提案である。	3		
			本業務の目的に沿っているが、具体性のない提案である。	2		
			本業務の目的に沿っておらず、具体性のない提案である。	1		
		モーションやエフェクト、BGM等を用いて、本市の「子育てしやすいまち」や「住みやすいまち」、「にぎわいのあるまち」といった魅力が、視覚的にターゲットに伝わるような内容となっているか。また、ターゲットは、エリアを想定の上、インナープロモーションとアウトタープロモーションの考え方に基いた選定になっているか。	インナーとアウトターが整理され、本市の魅力が伝わる内容となっており、視覚的にも大いに優れている提案である。	5		
			インナーとアウトターが整理され、本市の魅力が伝わる内容となっており、視覚的にも比較的優れている提案である。	4		
			インナーとアウトターが整理され、本市の魅力が伝わる内容となっているが、視覚的には一般的な提案である。	3		
			インナーとアウトターが整理されていないが、本市の魅力が伝わる内容となっており、一般的な提案である。	2		
			インナーとアウトターが整理されておらず、本市の魅力が伝わらない提案である。	1		
提案(動画の長さ、制作本数、撮影時の使用機材等)が、ターゲットの実情に合った内容となっているか。また、市民が参画できるような提案内容となっているか。	ターゲットの実情に合った魅力的なコンセプトであり、市民が参画できる提案内容となっている。	5				
	ターゲットの実情に合った比較的魅力的なコンセプトであり、市民が参画できる提案内容となっている。	4				
	ターゲットの実情に合っているが、一般的な提案である。また、市民が参画できる提案内容となっている。	3				
	ターゲットの実情に合っているが、一般的な提案である。また、市民が参画できる提案内容となっていない。	2				
	ターゲットの実情に合っておらず、魅力のない提案である。また、市民が参画できる提案内容となっていない。	1				
プロモーション冊子制作業務	提案されたコンセプトは、本業務の目的に沿った内容となっているか。また、目標値を達成できる具体的な提案内容となっているか。	本業務の目的に沿った魅力的なコンセプトであり、目標値を達成できる具体的な提案である。	5	5	15	
		本業務の目的に沿った比較的魅力的なコンセプトであり、目標値を達成できる具体的な提案である。	4			
		本業務の目的に沿っているが、一般的な提案である。	3			
		本業務の目的に沿っているが、具体性のない提案である。	2			
		本業務の目的に沿っておらず、具体性のない提案である。	1			
	写真やイラスト等を用いて、本市の「子育てしやすいまち」や「住みやすいまち」、「にぎわいのあるまち」といった魅力が、視覚的にターゲットに伝わるような内容となっているか。また、ターゲットは、エリアを想定の上、インナープロモーションとアウトタープロモーションの考え方に基いた選定になっているか。	インナーとアウトターが整理され、本市の魅力が伝わる内容となっており、視覚的にも大いに優れている提案である。	5			
		インナーとアウトターが整理され、本市の魅力が伝わる内容となっており、視覚的にも比較的優れている提案である。	4			
		インナーとアウトターが整理され、本市の魅力が伝わる内容となっているが、視覚的には一般的な提案である。	3			
		インナーとアウトターが整理されていないが、本市の魅力が伝わる内容となっており、一般的な提案である。	2			
		インナーとアウトターが整理されておらず、本市の魅力が伝わらない提案である。	1			
提案(ページ数、発行部数、紙の仕様等)が、ターゲットの実情に合った内容となっているか。	ターゲットの実情に合った魅力的なコンセプトである。	5				
	ターゲットの実情に合った比較的魅力的なコンセプトである。	4				
	ターゲットの実情に合っているが、一般的な提案である。	3				
	ターゲットの実情に合っているが、魅力のない提案である。	2				
	ターゲットの実情に合っておらず、魅力もない提案である。	1				
プロモーション30点	プロモーション業務	本業務の実施に際して、各コンテンツが一体感のあるプロモーションとなっており、効果的にターゲットへ訴求できる内容となっているか。また、ターゲットは、エリアを想定の上、インナープロモーションとアウトタープロモーションの考え方に基いた選定になっているか。	インナーとアウトターが整理され、各コンテンツが一体感のあるプロモーションとなっており、かつ効果的な提案である。	9・10	10	30
			インナーとアウトターが整理され、各コンテンツが一体感のあるプロモーションとなっていないが、効果的な提案である。	7・8		
			インナーとアウトターが整理されておらず、各コンテンツが一体感のあるプロモーションとなっている効果的な提案である。	5・6		
			インナーとアウトターが整理されておらず、各コンテンツが一体感のあるプロモーションとなっていないが、効果的な提案である。	3・4		
			インナーとアウトターが整理されておらず、一体感・効果共に欠ける提案である。	1・2		
		ターゲットが本市の魅力を知ることができ効果的なプッシュ型のプロモーションとなっているか。また、ターゲットは、エリアを想定の上、インナープロモーションとアウトタープロモーションの考え方に基いた選定になっているか。	インナーとアウトターが整理され、ターゲットの「知る」が大いに期待できるような内容となっている。	9・10		
			インナーとアウトターが整理され、ターゲットの「知る」が一定程度期待できるような内容となっている。	7・8		
			インナーとアウトターが整理されていないが、ターゲットの「知る」が大いに期待できるような内容となっている。	5・6		
			インナーとアウトターが整理されていないが、ターゲットの「知る」が一定程度期待できる内容となっている。	3・4		
			インナーとアウトターが整理されておらず、ターゲットの「知る」も期待できる内容となっていない。	1・2		
	ターゲットが本市の魅力を通して、「好き」になる効果的なプッシュ型のプロモーションとなっているか。また、ターゲットは、エリアを想定の上、インナープロモーションとアウトタープロモーションの考え方に基いた選定になっているか。	インナーとアウトターが整理され、ターゲットの「好き」が大いに期待できるような内容となっている。	9・10			
		インナーとアウトターが整理され、ターゲットの「好き」が一定程度期待できるような内容となっている。	7・8			
		インナーとアウトターが整理されていないが、ターゲットの「好き」が大いに期待できるような内容となっている。	5・6			
		インナーとアウトターが整理されていないが、ターゲットの「好き」が一定程度期待できるような内容となっている。	3・4			
		インナーとアウトターが整理されておらず、ターゲットの「好き」が期待できる内容となっていない。	1・2			
プレゼンテーション5点	プレゼン内容	説明がわかりやすく、質問に対する応対が的確であるか。	2.5	2.5	5	
			2			
			1.5			
			1			
			0.5			
積極的に取り組む熱意、姿勢が感じられるか。	2.5	2.5				
	2					
	1.5					
	1					
	0.5					
価格点20点	価格点=20×(1-見積額/提案上限額)		20	20		
				合計	100	