

評価基準に基づく評価項目別の総合値

| 評価項目 | 審査基準 | 配点 | 参加者別評価値 | | | | |
|----------------------|------------------------------------|--|---------|------|------|------|------|
| | | | A社 | B社 | C社 | D社 | |
| 1 | 基本的な考え方 【クール&ウォーム】 | 業務の背景・目的等を適切に理解し、提案者が本業務を遂行する上での基本的な考え方や目指すべき姿が示されている。 | 20 | 14 | 16 | 16 | 17 |
| 2 | 企画運営業務 【クールのみ】 | 参加者や施設について、事業趣旨に適したターゲティングや訴求方法が提案され、事業効果の現実的な目論見が立てられている。 | 40 | 30 | 32 | 30 | 26 |
| | | 施設の参加意欲向上や特典の拡充に繋がる工夫がある。 (例：参加者の購買誘導の促進、参加施設のPR強化等) | 40 | 30 | 26 | 26 | 22 |
| | | 参加者のクールシェア実践や継続を促すための工夫がある。 (例：取組段階に応じた景品設定、施設イベントとの連携等) | 40 | 32 | 30 | 34 | 22 |
| | | クールシェアの他、環境配慮行動の啓発又は実践の後押しに繋がる工夫がある。 【環境配慮行動の例】 節電や節水の実施、マイカーの利用控え、 地元製品の購入、環境イベント参加、マイバック・ボトルの使用等 | 40 | 20 | 24 | 32 | 26 |
| 3 | WEBマップ及び特設サイト構築・運用・保守業務 【クールのみ】 | WEBマップは、参加者の目的、ニーズにあった施設情報や検索機能を有し、参加者にとって分かりやすい仕様である。 | 20 | 13 | 18 | 13 | 12 |
| | | 特設サイトは、事業趣旨や参加方法等が明確に伝わる構成、デザインであり、参加者目線で参加意欲が高まるよう配慮されている。 | 20 | 15 | 14 | 14 | 15 |
| | | 初回利用から景品応募までの一連の操作及び手続きが、参加者にとって簡易的で利用しやすい仕様である。 | 20 | 15 | 14 | 15 | 13 |
| 4 | 広報業務 【クール&ウォーム】 | 県内の機運醸成や本事業のPR効果を高めるものとなっている。 (例：メディア露出などを意識した、独創的な工夫がある等) | 40 | 30 | 32 | 24 | 20 |
| | | 広報効果を定量的に集計、分析でき、改善に活用できる。 | 20 | 16 | 16 | 14 | 10 |
| 5 | 記念品業務 【クールのみ】 | 参加者の参加意欲が高まる記念品が提案されている。 | 20 | 19 | 12 | 14 | 15 |
| 6 | 業務実施体制等 【クール&ウォーム】 | 類似事業の実績がある、事業実施において連携可能先が多くある、など円滑な業務の遂行が期待できる。 | 20 | 16 | 14 | 14 | 8 |
| | | 計画的かつ現実的なスケジュールが提案されているか。 | 20 | 14 | 14 | 14 | 13 |
| 7 | 見積書 【クール&ウォーム】 | 次の算定式で見積書の広報費用から評価する。 配点(4) × (当該提案者の額) / (提案者中の最高額) 小数点第2位以下を四捨五入 | 40 | 30.0 | 40.0 | 20.0 | 22.0 |
| 総合値 (委員全員の評価値の合計) | | | 400 | 294 | 302 | 280 | 241 |