

提案項目配点表

資料3

各項目について、5段階評価で採点

A：非常に優れている（×1） B：優れている（×0.8） C：適切な提案がなされている（×0.6）
D：適切な提案が少ない（×0.4） E：懸念される点がある（×0.2） F：求める水準に達していない（×0）

提案項目		提案を求める事項	評価の目安	配点
1	全体業務関連	<ul style="list-style-type: none"> ・コンセプト ・実施計画や実行体制、人員の配置、全体スケジュールなど、実効性のある事業遂行体制 	<ul style="list-style-type: none"> ・事業の目的を理解し、企画・設計がなされている。 ・外国人観光客の行動特性を把握し、効果が最大となるようなスケジュールとなっている。 ・事業の迅速性、正確性を担保した、実効性のある事業遂行体制が示されている。 	10
2	屋台のイメージアップと利用促進	<ul style="list-style-type: none"> ・外国人観光客を屋台へ誘客する仕掛け ・屋台の魅力や楽しさを情報発信する仕掛け ・上記2つを実施する際の3大屋台街（中洲、天神、長浜）の各エリアの特色を捉えたエリア毎のブランディング 	<ul style="list-style-type: none"> ・外国人観光客を屋台へ誘客する具体的な仕掛けが示されている。 ・外国人観光客が屋台の魅力や楽しさをわかるような具体的な仕掛けが示されている。 ・3大屋台街（中洲、天神、長浜）の特色を捉えたブランディングイメージが示されている。 ・情報発信において、PR効果が最大化する媒体が選定されており、効果的である根拠が示されている。 ・提示したKPI達成が現実的に想定された企画・設計になっている。 	20
3	屋台の利便性の向上	<ul style="list-style-type: none"> ・初めて屋台を利用する外国人観光客が屋台の楽しみ方やマナーがわかる情報発信 ・屋台を選ぶ際の参考となる、屋台情報リーフレット（紙媒体）の作成 ・屋台を選ぶ際、利用する際の利便性の向上に繋がるような仕掛け 	<ul style="list-style-type: none"> ・屋台の楽しみ方やマナーがわかる具体的な仕掛けが示されている。 ・情報発信において、PR効果が最大化する媒体や相手方が選定されており、効果的である根拠が示されている。 ・屋台情報リーフレットの作成は、利用シーンをイメージした適切な項目となっている。 ・提案内容を実施することで、利用者、屋台営業者共に利便性の向上に繋がる仕掛けとなっている。 ・提示したKPI達成が現実的に想定された企画・設計になっている。 	20
4	長浜屋台街のPRと誘客	<ul style="list-style-type: none"> ・長浜屋台街への誘客に繋げる仕掛け ・長浜屋台街の復活を大々的にPRする手法 	<ul style="list-style-type: none"> ・年間を通し、長浜屋台街への集客に向けて効果が見込める仕掛けが示されている。 ・長浜屋台街復活から1周年という特別な企画があり、メディアへの露出、集客に効果が見込める手法が示されている。 ・提示したKPI達成が現実的に想定された企画・設計になっている。 	30
5	追加提案		<ul style="list-style-type: none"> ・本業務の仕様に記載する以外の提案であって、上限額内で収まる内容となっている。 ・追加提案が本業務の目的に合致していて、さらに本業務の目的達成に有益な内容となっている。 	10
6	分析・効果検証・報告		<ul style="list-style-type: none"> ・本事業の効果・影響を分析する視点が優れている。 ・報告事項に今後のプロモーション施策の改善・提言につながるような視点が盛り込まれている。 	5
7	技術力・経験・実績・受託意欲等	<p>本業務全般について、国や他の地方自治体、民間企業等における同種業務に携わった実績がある場合は、その内容について支障のない範囲で記載すること。 なお、実績には実証実験での取組みを含む。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・本業務と同種または類似業務の受注実績があるか。 ・技術力を有しており実施した場合、効果が高いと認められるか。 ・提案内容から本業務を受託する意欲が見受けられるか。 ・業務遂行するための適切な単価、価格設定になっているか。 	5
合計				100

※合計点が6割・60点に満たない場合は最優秀提案者とししない。