

項目		提案を求める事項	評価の目安	配点	
1	新規来場者獲得に資する施策の実施	・実施内容 ・効果の測定、検証方法	・“これまでボートレース場にきたことが無い層”が“初めて来場したくなる”話題性があり来場促進に効果的な提案となっているか。 ・期間を通じて、来場者の底上げが見込めるか。	30	
2	ステージイベントの実施	・自由提案のイベント内容（合計4日以上）	・来場者の興味を引き、話題性や集客効果が見込める内容か。 ・全日程を通じて、性別や年代を問わず幅広い層に訴求できる内容となっているか。	25	
3	飲食イベントの実施	・飲食イベント（26日間実施、本場レース開催期間中2店舗、場外単売日1店舗以上）の内容	・メニューや店舗構成に多様性があり、来場者の幅広い嗜好に対応できる魅力的な内容となっているか。 ・話題性や集客効果が見込める工夫や仕掛けが盛り込まれているか。	10	
4	初心者教室の開催	・集客のためのイベント内容（合計3日） ・募集告知の手法 ・ファンとして定着させるための仕掛けや工夫 ・効果測定の方法	・ボートレース初心者層にとって魅力的な内容であり、定員分の集客が見込めるか。 ・提案された広告媒体および告知手法が、対象とする参加者層に効果的に届くと見込めるか。 ・初心者教室の参加者が、今後も継続的にボートレースに関心を持ち、ファンとして定着するための仕掛けや工夫が盛り込まれているか。 ・効果測定の方法が、参加後の意識や行動の変化（例：再来場した、電話投票会員となった等）を的確に把握できる方法となっているか。	15	
5	RKBカラフルフェスPRブースの出展	・ボートレース福岡及びスケートボードパークオープンをPRするブースの企画	・PRブースに立ち寄りたくなる工夫や、ボートレースやスケートボードへの関心が薄い層にも訴求できる工夫があるか。 ・ボートレース福岡やスケートボードパークへの来場につながる仕掛けや工夫が盛り込まれているか。 ・ブース来場者のうち、実際にボートレース福岡へ来場した人数の把握が可能か。	10	
6	ライジングゼファーフクオカ協賛試合イベントの実施	・PRブースの出展・運営	・PRブースに立ち寄りたくなる工夫や、ボートレースやスケートボードへの関心が薄い層にも訴求できる工夫があるか。 ・ブース来場者のうち、実際にボートレース福岡へ来場した人数の把握が可能か。	10	
		・ノベルティの製作	・ライジングゼファーフクオカ協賛試合の来場者がボートレース福岡に来場したくなるノベルティの製作	・ボートレース福岡やスケートボードパークへの来場につながる仕掛けや工夫が盛り込まれているか。	10
7	アビスパ福岡協賛マッチ（ペラ坊Day）関連イベントの実施	・PRブースの出展・運営	・PRブースに立ち寄りたくなる工夫や、ボートレースへの関心が薄い層にも訴求できる工夫があるか。 ・ボートレース福岡への来場促進につながる仕掛けや工夫が盛り込まれているか。 ・ブース来場者のうち、実際にボートレース福岡へ来場した人数の把握が可能か。	10	
8	天神ストリートパークオープンPR業務	・若年層への認知拡大および来場促進を目的とした、SNS・デジタル媒体・イベント等を活用した広報・プロモーションの手法	・若年層の興味を引き、話題性があるか。 ・来場促進に効果的な提案となっているか。	25	
9	「ばんえい十勝杯」花装飾	・場内外における花装飾	・場内外を華やかに彩り、来場者に強い印象を与え、ボートレース福岡の魅力を発信できる内容となっているか。 ・フォトスポット化やSNS発信を促す仕掛けなど、来場者の体験価値を高める工夫があるか。	20	
10	福岡マラソンEXPOでのPR業務	・PRブースの出展・運営	・PRブースに立ち寄りたくなる工夫や、ボートレースへの関心が薄い層にも訴求できる工夫があるか。 ・ボートレース福岡への来場促進につながる仕掛けや工夫が盛り込まれているか。 ・ブース来場者のうち、実際にボートレース福岡へ来場した人数の把握が可能か。	10	
11	場内レストラン等の魅力向上	・既存メニューのネーミング刷新及び福岡独自のストーリー性付加 ・新規メニューのコンセプト提案及び開発 ・販売促進及び見せ方改善、SNS等による情報発信	・ボートレースの要素（勝負・スピード・臨場感）と福岡らしさ（食文化・地域性）が融合し、来場者の興味を引く独自性・話題性のあるネーミングやストーリーとなっているか。 ・ターゲットニーズを捉え、売上増加や満足度向上に寄与する魅力的なコンセプトであるとともに、場内オペレーションや原価・供給体制を踏まえ、継続的な販売が可能な内容となっているか。 ・売場演出や導線改善により購買意欲を高める工夫があり、SNSや話題化施策を通じて来場促進・情報拡散につながる具体性・効果性があるか。	25	
12	広告展開	・ターゲット層 ・使用する媒体の種類と選定理由 ・広告展開のスケジュール ・期待される広告の効果 ・媒体ごとの費用見積	・ターゲットの設定が明確で妥当か。 ・使用媒体の種類が適切で、ターゲット層への訴求が見込めるか。 ・広告効果の見込みが妥当で説得力があるか。 ・広告予算の配分が適切で、費用対効果が高いと判断できるか。	15	
13	BOATRACEギフトカードの活用	・BOATRACEギフトカードの配布方法	・再来場に繋がる企画となっているか。	10	
14	海辺のカーニバル2026の開催（BOATRACE振興会全額支援事業）	①集客イベント	・集客イベントの内容	・話題性や集客効果が見込め、若年層やファミリー層の来場を促す訴求力のある企画となっているか。	25
		②飲食イベント	・飲食イベントの内容	・メニューや店舗構成に多様性があり、来場者の幅広い嗜好に対応できる魅力的な内容となっているか。 ・ファミリー層に訴求する企画となっているか。	10
		③BOATRACEギフトカードの活用	・BOATRACEギフトカードの配布方法	・再来場に繋がる企画となっているか。	10
		④キャラクターショー	・キャラクターの内容	・ファミリー層の来場が見込めるキャラクターの内容となっているか。	15
15	ファン感謝3Daysの開催（BOATRACE振興会全額支援事業）	・集客イベントの内容	・話題性や集客効果が見込め、既存ファンやボートレース場周辺の新規ファンの来場を促す訴求力のある企画となっているか。	20	
16	独自提案		・実施目的（資料1「仕様書」5）の達成に資する提案かどうか。	25	
17	実施体制	・実施体制	・同種業務の実績があり、業務を遂行するために必要な知識と経験を有する人材が配置され、十分な実施体制が整っているか。 ・ボートレース福岡に対する事業者の支援体制が明確で具体的になっているか。 ・連絡体制が確立しており、委託期間中を通してボートレース福岡の指示等に対して迅速で適切に対応できるか	5	
18	その他		・本店が福岡市内にあるか。	2	
			・「ふくおか『働き方改革』推進企業」に認定されているか。	2	
			・企画提案書が、資料2「企画提案書作成要領」2（1）のとおり（構成順序、項目名表記、ページ番号表記）正しく作成されているか。	1	
合計				340	