

「うつのみや地産地消推進店」を活用したキャンペーン等の実施に係る業務 評価の視点について

○プレゼンテーションでは、企画提案書の内容とともに、「説明のわかりやすさ」や「担当者の誠意」なども併せ、総合的に評価を行います。

○下記の評価項目ごとの評価の視点を確認していただき、企画提案書及びプレゼンテーションで不足している部分は、質疑応答により確認してください。

○評価は５段階とし、配点が１０点、１５点、２０点のものは、それぞれ評価の２倍、３倍、４倍を評点とします（事務局で計算します）。

○原則として、プレゼンテーション実施時間内での評価をお願いします。

評価項目		配点	評価の視点	
大項目	小項目			
	1 地産地消ブランディングコンセプトの作成	15	・現在抱えている課題（地産地消の取組が若年層の消費者に共感されていない、現在複数のロゴが混在しておりブランディングの効果が分散されている）に対する対応策を提案できているか。 ・対応策を提案する上で根拠となるデータや事業者独自の実績による知見等が生かされているか。	
	2 「地産地消推進店パスポート」を活用したキャンペーン	基本事項	5	・地産地消や本キャンペーンの趣旨を十分理解し、キャンペーンを機に地産地消が推進されるような内容であるか。 ・事業内容に具体性・実現性があり、確実に消費者の推進店への訪問を促せるような内容であるか。 ・小売店等と飲食店等で応募プラットフォームが統一されており、効果的な資材が提案されているか。
		強化事項	10	・参加店舗の集客や売上増加等に繋がる内容であるか。 ・幅広い世代の参加促進に繋がる内容であるか。 ・幅広い世代へのPRの実施について、具体性があり、キャンペーン参加の訴求や消費拡大につながる効果的な内容であるか。 ・実施内容については参加店舗の負担が軽減された内容になっているか。
	3 市内イベント	グリーンマルシェ	10	・グリーン農業の認知度拡大と消費拡大を期待できるイベント内容であるか。 ・多くの来場者を見込めるようなイベント内容やPR方法であるか。 ・具体的・実現性がある内容であるか。
		地産地消マルシェ	10	・地産地消への理解・共感を促すことに加え、宇都宮産農産物の魅力や推進店を知る機会として、多くの市民が参加できるイベント内容であるか。 ・具体的・実現性がある内容であるか。
		マルシェでの地産地消アプリ「ロカスタ」を活用したスタンプラリー	15	・事業内容に具体性・実現性がある内容であり、多くの来場者に宇都宮産農産物の購入や地産地消参加型学びの機会に参加してもらえるような内容であるか。 ・地産地消や本スタンプラリーの趣旨を十分理解し、スタンプラリーを機に地産地消が推進されるような内容であるか。 ・スタンプラリーを実施するにあたり効果的な資材が提案されているか。 ・若年層の来場者の参加促進に繋がる内容であるか。 ・スタンプラリー参加者に地産地消について主体的な行動を促すことのできる内容であるか。
	4 広告宣伝		10	・具体的な手法や広告効果指標が提示されており、本事業の認知度向上や消費者の積極的な参加につながるような効果的な内容であるか。 ・参加店舗内外でのPR手法の提案があるか。 ・幅広い年代の参加促進のための効果的な広報手法が提案されているか。
	5 その他特筆すべき事項やPRポイントについて		5	より魅力的な事業となる企画提案が盛り込まれているか。
	体制・実績 (10点)	1 業務実施スケジュール、実施体制、業務実績	5	・本業務を実施する上で、十分に実施可能なスケジュールであるか。 ・本業務を実施する上で、企画や資材の納品など担当するスタッフは十分か。 ・過去に類似する業務で良好な実績を挙げており、本業務を実施するノウハウがあるか。
		2 プレゼンテーション	5	・資料の完成度は高いか。 ・説明はわかりやすいか。 ・担当者は誠意をもって応答しているか。
価格評価 点数 (10点)	最低見積価格／当該業者見積価格×10 (小数点第2位四捨五入)	10		
地域貢献度 (5点)	(市内業者)企画提案者が市内業者 5点 (市外業者が一部業務を市内業者に再委託する場合) ・再委託金額の割合が20%以上 3点 ・再委託金額の割合が10%以上20%未満 2点 ・再委託金額の割合が10%未満 1点 ※市内業者への再委託の有無に関わらず、市内居住者を直接雇用する旨を雇用人数、金額等で具体的に明示している場合、1点を加算する。	5		
総合評価点数		105		