

令和8(2026)年度とちぎ観光デジタルマーケティング・インバウンド誘客促進事業
公募型プロポーザル評価基準【4月16日更新】

- 1 評価項目及び各項目の配点は次のとおりとし、各選定委員（6名）が採点する。
- 2 評価項目ごとの評価点数の総和をもって、企画提案者ごとに各委員の評価点数を決定する。
- 3 企画提案者ごとに、全選定委員がつけた評価点の中で最高点及び最低点を除いた平均点を算出し、最も高かった者を契約候補者として選定する。
なお、平均点が最も高い者が複数の場合は、見積書の金額が最も安価な者を契約候補者として選定する。金額も同額の場合は、当該者は、当初見積額の範囲内で見積書を再作成し、再提出された見積書の金額が最も安価な者を契約候補者として選定する。
- 4 各選定委員による評価の合計の平均点が60点未満の場合は、当該企画提案者を契約候補者として選定しない。企画提案者が1者の場合も同様とする。

(100点満点)

評価項目	評価内容	配点
1 業務内容の理解度	委託業務の目的や内容について十分に理解しているか。	10
2 提案内容の優良性	業務の各項目の提案内容（動画のテーマや構成、広告配信の手法等）に具体性、妥当性、実現可能性があり、優れているか。	20
3 提案内容の独創性	業務の成果を高めるための効果的な発想や工夫が見られる独自の提案がされているか。	15
4 業務実施の確実性	過去に類似の業務で良好な実績を上げているか。同等の成果が期待できるか。	15
5 業務遂行の安定性	業務を安定的に遂行できる実施体制、実施スケジュール等の業務環境となっているか。	10
6 業務成果の中立性	効果分析や改善策の提示など適正公平な業務成果を示すことができるか。	10
7 必要経費	業務内容に見合った適切な経費であるか。	10
8 専門的知識	業務を遂行するために必要な専門的知識を有しているか。	10