

(別紙1)

審査基準

評価項目		審査の視点・ポイント等	配点
(1)	業務目的の理解	<ul style="list-style-type: none">・仕様書の内容を明確に理解しているか。・提案内容は事業の目的及び趣旨との整合性がとれているか。	10
(2)	①企画	<ul style="list-style-type: none">・ターゲットに向けた広告媒体の選定は一貫性のある判断がなされているか。・ターゲットに情報が届く・伝わる工夫がなされており、広告は十分な閲覧数及びLPへの誘導が見込まれるか。	20
	②効果測定	<ul style="list-style-type: none">・事業目的と一貫性のある効果測定指標(KPI)が定められ、現実的計測方法が確立されているか。・事業の波及効果が見込まれるか。・事業終了後も事業実施効果及び定着が見込まれるか。	20
(3)	業務執行体制	<ul style="list-style-type: none">・スタッフ、人員、会社の運営体制が充実しているか。・県からの要望等に迅速・柔軟に対応できる体制が備わっているか。・連携企業がある場合は、連携企業の役割が明確になっているか。	5
(4)	業務遂行能力	<ul style="list-style-type: none">・実施方法に具体性があり実現可能なものとなっているか。・過去に同種または類似の事業を受託した経験があり、本事業を実施するにあたり高い効果が期待できるか。	15
(5)	作業工程	<ul style="list-style-type: none">・無理なく業務遂行ができるスケジュールが組まれているか。	10
(6)	予算・見積	<ul style="list-style-type: none">・見積額は契約上限額(消費税及び地方消費税相当額(100分の10相当)を含む。)の範囲内か。・算定根拠は明確に示され、妥当な内容となっているか。・情報発信コンテンツ制作、広告費用(広告媒体原価+管理運用費)、効果検証の予算配分は、3:6:1の割合(通称サーロインの法則)が目安となっているか。	20
合 計			100