

高知市シティプロモーション事業委託業務プロポーザル審査要領

高知市シティプロモーション事業委託業務（以下「本業務」という。）に関する公募型プロポーザルの審査に関する事項を次のとおり定める。

1 審査の対象となる者

審査は、次の各号をすべて満たす者を対象に行う。

- (1) 別途定める「高知市シティプロモーション事業委託業務公募型プロポーザル募集要領」（以下「募集要領」という。）に規定する資格要件を満たす参加者
- (2) 募集要領に規定する期限内に、必要な書類のすべてを提出した参加者
- (3) 募集要領により、適正に書類を作成した参加者

2 審査項目及び点数

総合点数は120点とし、審査項目と審査項目ごとの配点は別紙「審査評価基準」のとおりとする。

3 選定委員会

参加者から提出された提案書等を審査するため、選定委員会を次のとおり開催する。なお、選定委員会では、提案した参加者によるプレゼンテーションを実施する。

(1) 日程及び場所

日程：令和7年3月5日（水）

場所：別途通知する。

(2) プレゼンテーション

ア プレゼンテーションの時間は、1者につき20分以内とする。

イ プレゼンテーション終了後、選定委員からの質疑の時間を15分程度設ける。

ウ プレゼンテーションの参加者数は1者につき3名までとする。

エ プレゼンテーションの順番及び開始時間は別途通知する。

オ オンラインでの参加は不可とする。

4 審査方法

(1) 選定委員会では、選定委員会におけるプレゼンテーションに対する審査を行う。

(2) 各選定委員は、プレゼンテーションと質疑の終了後、別途定める「審査評価基準」に基づいて審査を行う。

(3) すべての参加者の審査終了後に、各選定委員の審査結果を集計し、総合評価点の高い者から順に候補者と次点者を決定する。

(4) 審査の結果、最高点の者が同点で2者以上ある場合は、業務参考見積書の額が廉価な者が高い順位とする。また、業務参考見積書の額が同額だった場合、選定委員の合議の上で候補者と次点者を選定する。

5 委託先の候補者及び次点者の選定

- (1) すべての参加者のうち、総合評価点が最高位で、かつ本業務を遂行する能力を有する者を委託先の候補者（以下「候補者」という。）として選定する。ただし、最低基準点（総得点が満点の60%）以上の者だけを対象とする。したがって、本プロポーザルの参加者が1者のみの場合においても、最低基準点以上でなければ決定しない。
- (2) 総合評価点が候補者の次に高く、かつ本業務を遂行する能力を有する者を次点者として選定する（次点者についても、候補者と同様に最低基準点（総得点が満点の60%）以上の者だけを対象とする）。

6 その他

- (1) 審査のために配布した資料は、審査終了後、すべて回収する。
- (2) 審査結果の通知時に、候補者の名称及び所在地、総得点、その他の参加者（「B社」「C社」等と記載）の総得点を市のホームページで公表する。また、高知市行政情報公開条例に基づく公開請求があった場合には、その他の事項についても公開の対象となる。ただし、個々の選定委員の採点は公表しない。
- (3) 契約締結後に、契約相手方の名称及び所在地、契約締結日、契約期間、契約金額を市のホームページで公表する。

(別紙)

審査評価基準

評価項目	配点	評価の視点
1 企業の評価	5	・地方公共団体や民間企業含め、観光、移住、ふるさと納税、外商に関するプロモーション業務の実績・成果が十分にあるか。
2 主たる営業所等の有無	3	・高知市内に主たる本社又は本店、支社、支店、営業所等を有しているか。(営業所を有している場合、別途、証明となるものの提出要)
3 業務遂行能力	5	・業務に必要な人員体制、役割分担がなされているか。
4 事業スケジュール	5	・取組や広報の期間が十分とられており、効果的なタイミングで設定されているか。また、具体的なスケジュールか。
5 企画提案書	20	(1) コンセプト ・本市の現状を踏まえ、本市の認知度やブランド力の向上、関係人口及び移住・定住人口の増加につながるようなプロモーション全体のコンセプトが、長期的な視点から設計されているか。
	30	(2) 情報発信ツールの制作 ・上記のコンセプトと連動したキャッチコピーと、ロゴマークやショート動画のイメージが提案され、本市の魅力や特徴を的確に表現し、印象に残る内容となっているか。 ・総合サイトのデザインは分かりやすくデザイン性の高いイメージとなっているか。
	25	(3) 広報手法 ・上記(2)で制作したツールを十分活用し、特設サイトへの誘導を促すための広報手法が具体的に示されており、20～34歳の若者世代を中心として本市の認知度向上につながる提案内容となっているか。 ・提案のあったコンセプトを踏まえた手法がとられているか。 ・催事等の実施に当たり、ターゲット層を意識した具体的な開催場所や時期が提案され、実現可能な内容となっているか。
	20	(4) 独自提案 ・移住や観光、外商、ふるさと納税の各分野全体への波及効果が期待できるような独自の取組が提案されているか。 ・業務を通じて、企画提案者の独自の強みや、それを活かした創意工夫のある内容が企画され、提案されているか。
6 業務参考見積額	7	・経費の積算が適正であり、廉価であるか。
合計	120	