

1. 審査の対象者

本プロポーザル方式の審査対象となる事業者は、参加申込書及び提案書類を提出した参加者(以下「参加者」という。)に限る。

2. 審査の方法

- (1) 審査は、参加資格審査及びヒアリング審査により実施する。
- (2) 参加資格審査は、志摩市が設置した「令和8年度 首都圏PR強化事業委託 プロポーザル方式選定委員会」(以下「委員会」という。)事務局が審査する。
- (3) ヒアリング審査は、委員会が参加者の審査を行う。
- (4) 評価項目、配点、評価基準は、別紙「ヒアリング審査 審査基準」のとおりとする。
- (5) 審査は、委員会の各委員が、参加者ごとに評価項目に対して評価点を付与する。
- (6) 参加者が1者の場合であっても審査を実施する。

3. ヒアリング審査

- (1) 提案書、ヒアリングによって、審査を実施する。
- (2) 次のいずれかに該当する場合は審査対象から除外する。
  - ア 参考見積書の金額が見積限度額を超えている場合
  - イ 提案書類について、定めた提出方法、提出先及び期限に適合しない場合
  - ウ 提案書類の提案内容に疑義がある場合
  - エ ヒアリング審査に遅刻又は欠席した場合
  - オ 参加者及び協力会社が審査関係者に対する不当な活動を行ったと認められる場合
- (3) ヒアリング審査の概要は以下のとおりとする。
  - ア 各時間配分は以下のとおりとする。
    - ①準備(モニター接続等) 5分以内
    - ②参加者からの提案書に関する概要説明 15分以内
    - ③委員会から参加者へのヒアリング 20分以内
    - ④撤去 速やかに行うこと
  - イ 参加者の出席人数は3人以内とする。ただし、概要説明は当該業務を実施する1人で行うこと。
  - ウ 提案書類に関する概要説明に使用するモニター、HDMIケーブル及び電源は貸与するものとし、その他の必要備品は参加者が準備するものとする。ただし、モニターを使用する際の投影資料は、企画提案で提出した書類データに限るものとする。
  - エ 説明用の追加資料の提示及び配布は認めない。
  - オ 提案件数が多数の場合は、上記ア②及び③の時間配分を変更することがある。この場合において、参加者に変更後の時間配分を事前に通知するものとする。
- (4) ヒアリング審査の詳細(会場、時間等)については、後日各事業者に電子メール及び郵送により通知する。
- (5) 天災その他やむを得ない事由により、ヒアリング審査を延期又は中止、若しくはオンライン会議ツールでの実施に変更する場合がある。その際の審査方法は別に指示する。
- (6) 審査結果は、ヒアリングを受けたすべての参加者に通知する。

4. 受託候補者の決定

- (1) 各委員の評価点について、評価項目ごとに平均値を算出し(小数点第一位以下切捨)、各評価項目の平均点を合算した総得点の最も高い参加者を受託候補者として決定する。ただし、点数が60点以上であることを条件とする。
- (2) ヒアリング審査の総得点と同点の場合は、見積額の安価な参加者を受託候補者として決定する。見積額も同じ場合は、評価項目のうち「2. 企画提案の内容」の総得点が最も

- 高い者を受託候補者とし、なおも同点の場合には委員長の決するところとする。
- (3) 参加者が1者の場合にあっても、ヒアリング審査の点数が60点以上であれば、受託候補者に決定する。

## ヒアリング審査 審査基準

採点項目	評価事項	点数
1. 業務遂行体制および実績 (20点)		
1-1	業務を遅延なく遂行できる体制（統括責任者が配置等）が整い、過去の類似実績を本業務に活用する具体的な知見が示されているか。	／10
1-2	首都圏メディアとの円滑な連携及び確実な業務遂行を可能とするための体制として、首都圏に直接的な拠点（本店又は支店）を有しているか。 （東京都内に拠点：5点、東京都以外の首都圏内に拠点：3点、左記以外：1点）	／5
1-3	本事業の目的を達成するための首都圏メディアに対する効果的な周知ネットワークやメディアリレーションを有しているか。	／5
2. 企画提案の内容 (80点)		
2-1	<b>【PR戦略】</b> 本業務の目的や基本的な考え方（志摩市の観光施策の方向性、ターゲットなど）を十分に理解・整理し、認知度・観光ブランド価値向上に向けたPRテーマおよび設定されたKPIが論理的かつ具体的に提案されているか。	／10
2-2	<b>【PR戦略】</b> PR効果を最大化するための年間計画として、適切かつ円滑に業務を完遂できるスケジュールが策定されているか。	／10
2-3	<b>【メディアへの情報発信】</b> 配信内容が、社会ニーズや季節性、志摩市の強みを捉えた具体的かつ戦略的なテーマ設定であり、メディアの露出意欲を高める具体的なアプローチ手法が示されているか。	／10
2-4	<b>【現地ロケ取材誘致】</b> ターゲットとする媒体（番組等）の特性に基づき、取材獲得に至るまでの具体的なプロセスと実現可能性が示されているか。	／10
2-5	<b>【メディア招聘】</b> 質の高い記事露出等の獲得につながる、効果的なメディア選定基準および実施手法が提案されているか。	／10
2-6	<b>【首都圏メディアPRイベント】</b> メディアの関心を喚起するための実施手法に加え、「食」を通じた情報発信の深化につながる具体的な実施手法が示されているか。	／10
2-7	<b>【効果検証および中期的な展開に向けた提案】</b> 効果検証における調査・分析の手法が明確であり、次年度以降の中期的な事業展開に向けた専門的な提案が期待できるか。	／10
2-8	<b>【アピールポイント】</b> 特質すべきアピールポイントがあるか。	／10
合 計		／100

※ 配点基準

配点基準	配点 (満点10)	配点 (満点5)
優れている	10	5
やや優れている	8	4
普通	6	3
やや劣っている	4	2
劣っている	2	1