

観光資源コンテンツ化事業委託 公募型プロポーザル方式審査要項

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、本市が設置した「観光資源コンテンツ化事業委託 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1「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 準備作業 5分以内
 - イ 参加者からの提案書に関する概要説明 15分以内
 - ウ 委員会から参加者へのヒアリング 20分以内
 - エ 撤去 速やかに行うこと
 - オ 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。なお、委員からのヒアリングに対する回答時はこの限りではない。
 - カ 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。
 - キ 説明用の追加資料の提示及び配布は認めない。
 - ク 提案件数が多数の場合は、上記イ及びウ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、後日各事業者電子メール及び郵送により通知する。
- (5) ヒアリング審査は原則、対面での実施とする。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. 実施方針と提案の優位性」の総得点が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者の場合であっても、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。

採点項目		評価事項	点数
1. 的確性 (20点)	1-1	事業の趣旨を的確に理解し、仕様書に定めた要件を確実に履行するための「実施方針」が論理的かつ明確に示されているか。	／10
	1-2	実施スケジュールや業務工程が現実的であり、リスク管理を含めた確実な進捗管理手法が示されているか。	／10
2. 実施方針と 提案の優位性 (50点)	2-1	英虞湾を舞台とした「知る・巡る・味わう」の3要素による体験コンテンツ造成において、地域事業者と密接な連携体制を構築し推進するための「具体的な手法」や「事業者の専門的な知見」が活かされているか。	／10
	2-2	単体販売だけでなく、複数商品の組み合わせ販売による域内周遊の促進について、事業者の独自性や創意工夫を取り入れた実効性の高いアプローチが示されているか。	／10
	2-3	閑散期でも対応可能なコンテンツを検討し、事業終了後も継続して販売できるよう現実的かつ効果的な運用体制（オペレーション）の構築プロセスが示されているか。	／10
	2-4	台湾市場や欧米市場に対する販路拡大において、ターゲット層に確実にリーチするための、事業者の実績やネットワークを活用した独自の手法が示されているか。	／10
	2-5	台湾や欧米市場のターゲット層に向け、旅行会社等を対象としたFAMツアーの実施や、インフルエンサーを活用した効果的な商品情報発信において、効果を最大化するための具体的な手法やノウハウが示されているか。	／10
3. 持続可能性 (10点)	3-1	ツアーの造成だけで終わらず、来年度以降の継続的な販売体制を見越した地域DMCとの連携や、販売試行（販売管理・クレーム対応等を含む）のプロセスが優れているか。	／10
4. 実績・経験・専門性 (10点)	4-1	インバウンド向け旅行商品の造成や海外OTAでの販売、海外旅行会社の招請（FAMツアー）等、類似業務の確かな実績があり、業務の着実な履行が期待できるか。	／10
5. 業務実施体制 (10点)	5-1	事業全体の実施体制、人員・人材など、事業の遂行に十分な体制・能力があるか。	／10
合 計			／100

配点基準

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