

## 温泉を軸とした広域連携プロモーション業務委託に係る業者選定評価基準

	評価項目		配点	配点割合	評価のポイント
1	業務理解度（課題認識）		10	10	業務の趣旨を十分に理解し、目的の達成のための提案が具体的かつ分かりやすく、各業務の連動性が整理されているか。地域の特性を把握し、ブランディングとしての課題が整理されているか。広域温泉エリアとしてのブランド構築の考え方が明確か。
2	現状把握・ブランド構築手法	調査・分析・ヒアリング・ワークショップの実施方法について	30	15	単なる意見聴取にとどまらず、地域特性に配慮しながら魅力・価値を引き出す設計か。関係者等との信頼関係構築、本音を引き出す工夫があるか。
3		合意形成に向けた対話型プロセス手法について		15	ブランドコンセプトについて関係者の合意形成が図られ、共創が促進される手法か。情報収集結果を分析し、価値・魅力を掘り下げる設計か。観光客視点でコンセプトの意味付けができていないか。
4	業務提案	情報発信プロモーション	20	10	パンフレット等広報媒体の構成や内容が分かりやすく、訴求力があるか。それぞれの温泉の違いが明確に伝わるものか。
5		情報発信手法の戦略性、有効性、展開力		10	ターゲット特性を考慮し、各業務との連動性があるか。選択した情報発信媒体の妥当か。
6	周遊来訪促進戦略	周遊来訪の動機創出のストーリー性や体験設定	20	10	周遊や来訪の動機付けをどう把握し、施策に繋げているか。既存資源の再編集により新たな魅力を創出しているか。企画が予算や人員の観点から実現可能か。単年度に終わらず、継続・発展が可能な仕組みか。
7		にしかん観光周遊ぐる～んバスを活用した周遊		5	現実的な周遊導線、移動に関する課題への配慮・工夫があるか。にしかん観光周遊ぐる～んバスを積極的に活用した企画内容か。新潟市（西蒲区）及び弥彦村の広域エリアを効果的に周遊させるものか。
8		滞在期間・消費の拡大への寄与		5	滞在期間の延長や消費行動へのアプローチが明確で地域内消費の拡大が期待できる手法か。特定施設に偏らない面的効果が見込めるか。
9	業務遂行能力	効果測定	15	5	到達目標が具体的で数値化され、検証後の報告や改善提案手法まで示されているか。測定方法が実行可能なものか。
10		実施体制・スケジュール		5	本業務に直結する実績、専門性を有した人員の配置等の実施体制及びスケジュールは十分なものか。
11		業務実績		5	過去に類似の業務を実施したことがあり、受託者として十分なものか。
12	費用見積		5	5	提案内容に対して妥当な価格設定となっているか。
合計点			100	100	