

**丹後とり貝の販路拡大のためのブランディング及びプロモーション業務
事業者選定に係る企画提案評価基準**

| 評価項目 | 評価内容 | | | 配点 |
|------------------|------------------------------|--|----|------|
| 全体の評価 | 事業への理解 | 丹後とり貝という高級食材の特徴及び本事業目的について十分理解しているか。 | | 10点 |
| | 事業の実現性 | 販路拡大につながるような成果が得られる見込みがあるか。 | | 10点 |
| | 提案項目間の連携 | ブランディングとプロモーションが相互に連携した提案となっているか。 | | 5点 |
| 提案項目① ブランディング | 戦略的的確性 | 高級食材としての丹後とり貝の特徴を踏まえ、その魅力や価値が伝わるようなブランド戦略になっているか。 | | 15点 |
| | 独創性 | 提案企業の強みを活かした創意工夫が見られるか。 | | 5点 |
| 提案項目② プロモーション | 戦略的的確性 | 高級食材としての丹後とり貝の特徴を踏まえ、その魅力や価値が伝わるようなプロモーション戦略になっているか。 | | 10点 |
| | ターゲットの選定 | 高級食材である丹後とり貝を来シーズン以降取り扱い得るターゲットを選定できているか。 | | 5点 |
| | 企画の組み立て | 京都府からの提供品を最大限有効に活用した企画になっているか。 | | 5点 |
| | 独創性 | 提案企業の強みを活かすような創意工夫が見られるか。 | | 5点 |
| 業務実施体制 | 提案内容の実施に必要な体制が組まれているか。 | | | 5点 |
| 小計 | | | | 75点 |
| 業務実績 | 本業務と同種の業務実績があるかどうか。 | 食品の広報宣伝委託業務の実績がある。 | 5点 | 5点 |
| | | 商品（食品でない）の広報宣伝委託業務の実績がある。 | 3点 | |
| | | 上記以外 | 1点 | |
| 府内企業 | 京都府内に、本店、支店又は営業所などを有する者であること | 府内に本店がある。 | 5点 | 5点 |
| | | 府内に支店、営業所等がある。 | 3点 | |
| | | 上記以外 | 1点 | |
| 価格点 | 満点（15点）×（提案価格の内最低価格／自社の提案価格） | | | 15点 |
| 小計 | | | | 25点 |
| 合計 | | | | 100点 |

【採点基準】各項目について、下表の5段階で評価する。（業務実績、府内企業、価格点を除く）

| 配点基準 | | 配点 | | | | |
|-------|---------|-----|-----|-----|----|----|
| 3段階 | 5段階 | 20点 | 15点 | 10点 | 5点 | 3点 |
| 優れている | 優れている | 20点 | 15点 | 10点 | 5点 | 3点 |
| — | やや優れている | 16点 | 12点 | 8点 | 4点 | — |
| 標準 | 標準 | 12点 | 9点 | 6点 | 3点 | 2点 |
| — | やや劣っている | 8点 | 6点 | 4点 | 2点 | — |
| 劣っている | 劣っている | 4点 | 3点 | 2点 | 1点 | 1点 |

