

まつやま農林水産物ブランド「愛上品」のブランド力向上にむけた事業実施業務委託
評価基準書

| 区分 | 評価項目 | 評価の視点 | 内訳 | 評価得点 <最低水準点> |
|------------------------------|-----------------------------------|---|----|-----------------|
| (1) 趣旨の理解 | ① 趣旨の理解について | ・協議会が意図する趣旨を正確に理解しているか。 | 10 | 15 |
| (2) 業務実績 | ① 業務実績について | ・関連業務に係る業務実績及び本業務で必要な知見、専門知識、ノウハウを有しているか。 | 5 | <6> |
| (3) 業務執行体制とスタッフの適性 | ① 執行体制について | ・業務執行のために適切な人員配置及び役割分担が妥当か。 ・協議会との連絡、調整、進捗管理が速やかに行うことができる体制か。 ・状況に応じて、迅速かつ臨機応変な対応ができる体制か。 | 10 | 20 |
| | ② スタッフの適性について | ・管理者及び主要スタッフが必要な知見、専門知識、ノウハウを有しているか。 | 10 | <8> |
| (4) 事業計画等 (企画書について) ※注 | ① 具体性について | ・仕様書の業務内容について、より詳細で具体的な内容を提案しているか。 | 10 | 30 <12> |
| | ② 的確性について | ・現状認識や課題の捉え方は的確か。 ・目的を達成するための業務遂行へのアプローチは的確か。 ・事業実施のKPIの設定は的確か。事業実施中もKPIの進捗に併せ、事業を改善できるようになっているか。 | 10 | |
| | ③ 実現可能性について | ・根拠や実績に基づき、実現可能性が担保されているか。 ・生産者や流通業者の実情を意識した内容となっているか。 | 10 | |
| | ④ ブランド力向上施策の実施について（リアル） | A.統一ブランド名と認定産品を組合せPRすることで、産品全体の知名度や認知度を高めるものとなっているか。 | 20 | 20 <8> |
| | ⑤ ブランド力向上施策の実施について（デジタル） | B.認定産品が「まつやま産」であることが伝わる内容となっているか。 | 20 | 20 <8> |
| | ⑥ ブランド力向上施策の実施について（SNSでの情報発信） | [上記A,Bに加え] ・松山市ソーシャルメディア運用ガイドライン等を踏まえ行政が発信する内容として適切なものとなっているか。 ・フォロワー数増加につながる内容となっているか。 | 10 | 10 <4> |
| | ⑦ ライブコマースについて | [上記A,Bに加え] ・想定しているターゲット、視聴者数は適当か。また、それに合った事前広報や演出方法、販売商品、プラットフォーム等が設定されているか。 | 25 | 25 <10> |
| (5) 価格 | 令和5年度の履行期間の委託料の総額（消費税及び地方消費税を含む。） | (1-見積額/提案限度額) × 60点（少数点以下切捨て） | 60 | 60 |
| 合計 | | | | 200 |

※注 向上施策は、提案限度価格内であれば複数の提案を認めるが、単に提案数の多寡で評価を行うものではない。