

評価基準書

(未来へつなぐ道後まちづくり事業業務委託)

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 及び 経営の健全性	①趣旨の理解	<ul style="list-style-type: none"> 道後温泉地区の現状及び将来像、道後温泉本館保存修理工事（以下、「本館工事」とする。）の経済的影響を理解できているか。 本業務の目的を理解した内容であるか。 	5	10 (4)
	②資金力・ 経営の健全性	<ul style="list-style-type: none"> 業務遂行のための経営基盤を有しているか。 	5	
(2) 業務実績	①業務実績	<ul style="list-style-type: none"> 同種事業及び類似事業、関連事業に係る業務実績及び本業務に必要な知見や専門知識、ノウハウ、経験、資格等を有しているか。 地域が抱える課題の解決や地域の発展に寄与した事例はあるか。 	10	10 (4)
(3) 業務執行 体制と スタッフの 経験及び能力	①執行体制	<ul style="list-style-type: none"> 業務遂行のために適切な人員及び役割分担は適切か。 進捗管理やスケジュール管理など連絡・調整が速やかに行える体制であるか。 実行委員会等との協議で、柔軟に事業計画や事業費を見直す等の変更が可能であるか。 緊急対応時の適切な対応が考慮されているか。 	10	20 (8)
	②統括責任者 及び業務責任者、 スタッフの適正	<ul style="list-style-type: none"> 統括責任者及び業務責任者は、本業務を遂行する上で、過去に担当した業務実績から必要な知見及び専門的知識を持っているか。また、類似業務の経験等はあるか。 事業説明等でのコミュニケーション力を有し、本業務に専念できるか。 	10	
(4) 提案内容 (事業計画)	①企画・立案	【事業効果指標 (KPI) 設定】 ◎事業目的を達成する成果指標の設定は適切であるか。また、本館工事完了時のまちの賑わい創出や本館工事を契機に地域の自立性（エリアマネジメント等）、持続可能なまちにつながる計画であるか。 【ターゲット設定】 ◎ターゲットのエリアや客層は適切であるか。 【事業スケジュール設定、新型コロナウイルス感染症 (COVID-19) の対応】 ◎事業スケジュールは適切で、感染症の状況に適切に対応できているか。	25	130 (52)
		【地域資源×アート等で新たな魅力創出】 ◎新たな道後ブランド創出につながる内容か。 ◎道後温泉の風情を感じられる内容か。 ◎培ってきた「道後温泉×アート等」を進展させ、地域資源の魅力創出となる内容か。 ◎新たなファンやリピーターの獲得につながるか。	25	
	②実施提案	【本館工事の観光資源化】 ◎風情・まちなみ景観に配慮し、アート等による魅力や獨創性が表現される内容か。 ◎商店街を中心に本館周辺の複数の視点場からフォトスポットとして楽しめる内容か。 ◎又新殿・霊の湯棟の歴史的価値（真正性）を創出する内容か。 ◎観光客等や通行車両（特に自動車）への安全配慮があるか。	25	
		【周遊拡大・夜を楽しむ機会の創出・日常的な賑わいの創出】 ◎本館・冠山周辺エリアや上人坂周辺エリアを核に、新たな目的地を創出し、道後温泉地区内の周遊拡大につながる内容か。 ◎昼夜ともに楽しめる観光地、また、ナイトタイムエコノミーにつながる内容か。 ◎ひみつジャナイ基地を活用する等、上人坂の魅力発信や集客につながる内容か。 ◎観光の目的を増やし、まち歩きを促進する取組（回遊性・滞在性）が充実しているか。	25	
	③地元事業者等との 連携・支援及び 観光資源として 継承できる取組	【観光消費拡大支援・将来的な観光資源となる継続的取組】 ◎滞在日数や時間の延長、観光消費の増加につながる内容か。 ◎新たな観光商品等で、付加価値を生み出せる内容か。 ◎地元産品の需要拡大につながる内容か。 ◎本業務完了後も継続できる観光資源・取組となる内容か。	20	
	④情報発信力	【効果の高いプロモーション】 ◎全国的な情報発信・PRにつなげているか。 ◎ターゲットを設定の上、効果的に認知を獲得・伝達できる内容か。 ◎メディア・雑誌・WEB・SNS等の多様な媒体を活用したプロモーション展開か。	10	
(5) 価格	令和3～5年度の 委託料の総額 (消費税及び地方消費税を含む。)	(1-提案額/提案限度価格)×30点 (小数点以下切捨て)	30	30
合 計			200	