別紙 2

評　価　基　準　書

区分	評価の視点	評価得点 〈最低水準点〉
(1) 業務実績	・本業務の実績が豊富で、知識経験等を十分活かし、円滑に業務を遂行できる。	10 〈4〉
(2) 業務執行体制	・全体管理を行う統括責任者をはじめ各業務に精通した人材を配置し、迅速かつ円滑に業務を遂行できる。 ・現地対応が行える人員配置、執行体制となっている。	20 〈8〉
(3) 実施スケジュール	・スケジュール管理がなされ、迅速かつ確実に業務を履行できる。 ・3 年間の中期的な戦略が、時系列で具体的に示されている。（寄附額目標、取組内容）	20 〈8〉
(4) セキュリティ体制	・業務における個人情報等の取扱いに十分考慮がされており、個人情報・寄附情報について、漏えいや盗難を防ぐための適切な対策が講じられている。 ・情報セキュリティ関連認証を取得している。	10 〈4〉
(5) 寄附者情報の管理	・寄附者情報等（寄附申込・寄附決済・返礼品配送状況など）を閲覧可能な寄附管理システムを提供することができる。 ・返礼品の登録事業者情報や返礼品の分類・ランキング等、松山市が集約された情報を利活用する際に、適切なデータを提供できる。	10 〈4〉
(6) 申込受付サイトの構築・更新・管理等	・専門的な人材を配置し、各申込受付サイトの特性に応じた、魅力的な返礼品の紹介ページ、特集ページの構築・更新を迅速に遂行できる。 ・事業者から提供された返礼品の写真素材や紹介文について、ブラッシュアップを行う体制や手法が具体的に示されている。 ・寄附額の増加に繋がる各種対策（サムネイル、SEO 対策など）について、具体的な内容、手法が示されている。	30 〈12〉
(7) 返礼品の発注・配送・品質管理等	・返礼品の在庫管理、発注、配送の手配及び管理を効率的かつ迅速・正確に対応できる仕組みが構築できている。 ・寄附者からの問合せや苦情などのトラブルが発生した場合に、返礼品提供事業者をサポートして適切に対応できる。	20 〈8〉
(8) 返礼品の提案・コンサルティング	・特産品や観光に関する情報資源を豊富に所有しており、松山市ならではの魅力的な返礼品の企画・提案がなされている。 ・マーケティングに基づいた返礼品のコンサルティングが、具体的に示されている。 ・新規返礼品の開発に向けた、具体的な内容、手法が示されている。	30 〈12〉
(9) PR・プロモーション	・寄附の促進や松山ファンを獲得するための、戦略的かつ効果的な PR やプロモーションの具体的手法が示されている。 ・メールマガジン、SNS などを活用し、寄附者との継続的な関係性構築を図るための具体的な内容、手法が示されている。 ・広告（RPP、WEB、SNS など）について、実施スケジュールや予算枠等の具体的な運用方針が示されている。	20 〈8〉
(10) その他	・仕様書に記載のない、または記載内容を超えるものの、松山市のふるさと納税事業に有益であると考えられる提案がある。ただし、提案限度額の範囲内で追加費用を伴わないものとする。	10
(11) 価格	・（１－提案額／提案限度価格）×20 点（小数点以下切捨て）	20
合　計		200

(10) その他、(11) 価格 の最低水準点はありません。