

評価基準

No.	評価項目	評価基準	配点
1	基本事項	<ul style="list-style-type: none"> ・業務目的と整合し、明確で分かりやすいか。 ・本市の現状や課題を十分に理解し、ブランディングについて、具体性と実現性がある提案となっているか。 	20
2	情報収集力・現状分析力 (基礎調査業務)	<ul style="list-style-type: none"> ・本市の特徴等についての情報収集ができているか、また、その能力を有しているか。 ・業界におけるトレンド及び他自治体等の事例についての情報収集ができているか。 ・収集した情報をもとに的確な現状分析ができているか、また、その能力を有しているか。 	20
3	ブランド戦略の構築の手法	<ul style="list-style-type: none"> ・単にデザインやキャッチコピーを作ることが目的でなく、本質的に効果が出るブランド戦略を構築できるアプローチになっているか、また、その能力を有しているか。 	20
4	マネジメントサイクルの構築	<ul style="list-style-type: none"> ・本市のブランド構築に向け、具体的な施策の設定及び効果検証等、効果的にブランディングができる提案になっているか、また、その能力を有しているか。 ・ブランド戦略の実現に向けた目標設定がなされるアプローチになっているか、また、その能力を有しているか。 	15
5	継続性	<ul style="list-style-type: none"> ・本市がサステナブルに成長するためのブランド戦略が構築できるアプローチになっているか、また、その能力を有しているか。 ・一過性に終わらず、“一貫性”“継続性”が重視された提案になっているか。 	15
6	インナーブランディング・ アウトターブランディング施策	<ul style="list-style-type: none"> ・市外はもとより、職員や市内にも魅力的、効果的に発信・浸透することができる視点を取り入れた提案となっているか、また、その能力を有しているか。 	15
7	ブランド提案（的確性）	<ul style="list-style-type: none"> ・本市のおかれている立ち位置、本市の特徴等を的確に捉えた内容となっているか。 ・提案内容を裏付ける根拠が明示され、内容に説得力や実現性、着実性があるか。 	15
8	スケジュール	<ul style="list-style-type: none"> ・仕様書を踏まえ、適切に業務プロセス及びスケジュールが設定されているか。 	10
9	姿勢	<ul style="list-style-type: none"> ・本業務に対する取組意欲が高く、熱意を感じられるか。 	10
10	独自提案	<ul style="list-style-type: none"> ・自由提案、または仕様書に記載項目以外で特に評価できる提案があるか。 (ただし、提案限度価格内で実現可能なもので、追加予算を必要としないものに限る。) 	15
11	履行実績	<ul style="list-style-type: none"> ・同種又は類似業務の実績が豊富で、企画力・専門性・独創性を生かした成果を挙げているか。 	10
12	業務執行体制	<ul style="list-style-type: none"> ・提案内容を確実かつ迅速に実施できる体制（人員・組織体制）が整っているか。 ・不測の事態におけるバックアップ体制が整っているか。 	10
13	価格	$(1 - \text{見積金額} + \text{提案上限額}) \times \text{配点}$ ※小数点第二位を四捨五入	25
合計			200