

# 「平成 31 年度シティプロモーション推進業務委託」業者選定方法について

## 1 委託業者の選定について

### (1) 方法

(2) について提案された企画の内容等をプロポーザル評価委員会において審査するものとします。

### (2) 提案事項 (A 4 10 ページ以内)

#### ア 現状分析

(ア)自治体に関するシティプロモーションの見通し及び現在の本市のおかれている立ち位置について述べてください。

(イ)統計、調査データ等の客観的なデータをもとに本市の特徴やプロモーションの課題について述べてください。

#### イ 企画提案

(ア)「2019年度のPR企画提案」

以下の取組について、どのようなPR展開を図っていくかを現状、ターゲット、実施手法及び結果を具体的かつ簡潔にご提案ください。

- ・本市の魅力や地域資源を活用し、本市のイメージ向上につながる取組
- ・重要施策である「地域包括ケアシステム」「地域コミュニティ」の取組
- ・「公害」や「治安が悪い」などマイナスイメージを払拭するための取組
- ・各区の魅力や地域資源を他の区民に認知させ、ひいては川崎市への愛着・誇りにつながる取組

(イ)業務履行の体制

(ウ)類似業務におけるメディア獲得実績

(エ)その他アピールしたいポイント

### (3) プレゼンテーションについて

プロポーザル当日は、事前に提出した企画提案書を中心に、**本業務の担当予定者による**プレゼンテーションを実施してください。

## 2 審査方法

次の6つの各項目について評価を行い、「5、4、3、2、1」と点数化して集計します。

※⑥実施体制・積極性については、「4、3、2、1」の評価。

### (1) 審査項目〔※傾斜配点項目〕

① 情報収集力	・業界におけるトレンド及び他都市等の事例についての情報収集ができているか。 ・本市の特徴や市内の出来事等についての情報収集ができているか。
② 現状分析力	・収集した情報をもとに的確な現状分析やノウハウを有しているか。 ・本市におかれている立ち位置、本市の特徴やプロモーション課題を的確に捉えているか。
③ 企画の視点※	・本市の魅力や地域資源を研究し、これを活かす企画となっているか。 ・本市の政策や施策を理解し、適した企画となっているか。 ・企画に独創性があり、新たな視点で捉えた企画となっているか。
④ 企画作成力※	・企画内容が幅広い知識や専門的ノウハウなどを活かしているか。 ・効果的・効率的に本市の魅力や施策等を発信するものになっているか。 ・企画の実行性や現実性が説明できている提案であるか。 ・本市のシビックプライドの醸成や対外的な認知度やイメージの向上に寄与する企画と感ずることができたか。

⑤ 企画実行力
<ul style="list-style-type: none"> <li>・各種メディアが獲得できる実現性が高い企画であるか。</li> <li>・メディア獲得に独自のルートや強みを持った企画となっているか。</li> </ul>
⑥ 実施体制・積極性
<ul style="list-style-type: none"> <li>・業務を実施する体制が整っているか。</li> <li>・業務に対する取組姿勢に積極性を感じるか。</li> </ul>

(2) 受託業者特定方法

ア すべてのプレゼンテーション終了後、当採点表を基に各委員が業者ごとの総合点を記入し、各委員の総合点を提案業者ごとに集計し、最も高い合計点を獲得した業者を受託者として特定します。

なお、「企画の視点」及び「企画作成力」の各項目の得点については、重点項目として集計時にそれぞれ1.5倍の傾斜配点を行うものとします。

イ 前記の集計において、最も高い総合点を獲得した業者が複数の場合（同点の場合）は、各委員で協議の上、委員長が決するものとします。

ウ 複数の委員から評価項目中標準を下回る評価を受けた提案業者については、受託者として特定しません。