

インバウンド誘客強化事業（欧米豪市場）業務委託 審査基準書

1 審査基準の位置付け

インバウンド誘客強化事業（欧米豪市場）業務委託の受託候補者を選定する際の審査での採点基準について記述したものを。提案された企画提案書を審査し、最も優れた提案者を選定する。

2 候補者の決定

(1) 一次審査

選定委員は、企画提案書やヒアリング等に基づき、その事業者の提案を個別の審査項目ごとに採点し、全ての審査項目の採点を合計する。その合計点数を各事業者の一次審査における評価とし、選定委員ごとに合計点数の高い事業者の上位3つの事業者を選出する。

(2) 二次審査

選定委員は、一次審査の評価に基づいて各選定委員ごとに選出された上位3つの事業者に対して、合計点数の高い事業者から順番に、1位5点、2位3点、3位1点をそれぞれ付し、その点数を各事業者の二次審査における評価とする。

二次審査において選定委員が付した点数を事業者ごとに合計し、その合計点数が最も高いものを受託候補者として決定することとする。

(3) その他

二次審査の評価において、事業者が得た合計点数が同点だった場合は、選定委員の多数決により、受託候補者を決定する。

3 審査区分と配点基準

各評価項目を5段階で評価することとし、一部の項目では傾斜配点を行う。

標準より優れた提案 / 非常に期待できる	5
標準よりやや優れた提案 / 期待できる	4
標準 / 委託先として望ましい水準	3
標準よりやや劣った提案 / やや劣る	2
標準より劣る提案 / 要求水準を明らかに満たしていない	1

4 評価基準

項目	評価項目	評価ポイント	配点
企画提案書	実績 (各 20 点)	①インバウンド誘客（欧米豪市場に限る）に関して確かな送客実績があり、事業の確実な遂行に対する信頼性が認められるか。 ②実施体制やその体制運営に対して、事業の高次化に資する内容となっていると認められるか。	40 点
	素材収集	事業意図を的確に理解し、最適かつ実用的な素材収集が可能な内容となっているか。	10 点
	方向性決定	的確な分析や情報収集、専門的知見に基づく方向性の決定が可能な内容となっているか。	15 点
	セールス活動 (各 10 点)	①メディアセールスに関して、具体的な KPI 値が示されており、事業成果の最大化が図られる内容となっているか。 ②旅行会社セールスに関して具体的な KPI 値が示されており、事業成果の最大化が図られる内容となっているか。	20 点
	招聘事業	効果的なファミトリップの実施が可能な内容となっているか。	10 点

その他	費用見積	見積書の内容が提案内容と整合性がとれており、経費積算が明解で無駄がなく、適正なものとなっているか。	5点
合計（選定委員一人当たり）			100点