

# インバウンド誘客強化事業（アジア市場）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（アジア市場）の受託候補者を選定する審査における採点基準について示したものの。提案された企画提案内容を審査し、最も優れた提案者を受託候補者として選定する。

## 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評価項目ごとに採点し、全ての評価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
企画提案内容	実績	・日本国内へのインバウンド誘客（アジア市場に限る）に関する十分な実績があり、業務遂行に対する信頼性があるか。 ・実績に基づいた具体的な提案となっているか。	15点
	実行体制	・業務遂行に十分な人員体制が確保されており、各担当者の役割分担が明確になっているか。 ・専門的な知識・技能を有する担当者が配置されているか。 ・具体的かつ実現可能なスケジュールとなっているか。	5点
	体験コンテンツ プロモーション	・プロモーション施策の内容が具体的であり、誘客効果が期待できる企画内容となっているか。（ターゲット層のニーズに合致した企画内容となっているか。） ・ウェブサイト（ランディングページ）に関する具体的な導線設計や独自の工夫が示されているか。 ・広告出稿において、来訪見込者に訴求するための具体的な方策（最適な媒体、出稿時期、メディアプラン等）が示されているか。	20点

企画提案内容	情報発信	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ターゲットのニーズや動向を的確に把握した上で、最適な情報発信手法（媒体、実施内容、スケジュール等）について提案されているか。</li> <li>・情報発信手法の有効性（得られる効果）について、根拠が明確であるか。</li> </ul>	20点
	セールス活動	<ul style="list-style-type: none"> <li>・セールス対象との関係性構築、旅行商品造成（送客促進）に向けた活動方針が明確であり、具体的な成果目標が示されているか。</li> <li>・対象市場の特性を理解した上で、独自のノウハウを活用する等、事業効果の最大化を図る提案になっているか。</li> </ul>	20点
	ファムツアー	<ul style="list-style-type: none"> <li>・旅行商品造成の促進や本市の魅力を広く情報発信するのに資する提案になっているか。（被招請者について、訪日取扱実績、影響力、情報発信力を考慮した上で、選定されているか。）</li> <li>・ファムツアーの目的や期待される効果が明確であり、ツアー実施後の戦略を含めた提案がされているか。</li> </ul>	20点
合計（選定委員一人当たり）			100点