

評価基準

評価項目	評価のポイント	配点
①業務実施体制	提案内容を実施できる人員確保、進行管理を適切にできる体制の整備がなされているか。	5
②提案内容の的確性	ア 提案内容が仕様書に定めた「映像の趣旨・内容」に整合しており、施策に関する理解が十分になされているか。 イ 内容が的確であるか。人権や男女平等参画等に配慮し、市が放映する広報映像として適切な内容か。社会倫理に欠けていないか。	20
③提案内容の独創性	ア インパクトがあるか（振り向かせる力があるか。視聴後も印象に残るものか）。 イ CMが最後まで視聴されるための工夫がなされているか ウ 表現の質が良いか（美しさ・完成度）。	20
④提案内容の効果性	ア コンセプトが明確であるか（伝えたいことが伝わり、記憶に残るかどうか）。 イ 視聴者の理解と共感を呼び、行動の変化を促すことが期待できるものか。	25
⑤提案内容の実現性	制作方法等が具体的で、企画の実現性が高いものであるか。	10
⑥追加提案の実現性・効果性	SNS 広告やインターネット広告、CMの放送回数の追加提案など、CM放送以外の効果的な提案がなされているか。	20
合計		100

評価委員が採点

<付与する点数の基準>

特に優れている	優れている	普通	やや不十分	不十分
25点	18点	12点	6点	0点
20点	15点	10点	5点	0点
10点	7点	5点	2点	0点
5点	4点	3点	2点	0点

<提案者の順位の決定方法>

- 1 評価委員1名あたり100点満点、合計300点満点で、各評価委員の採点の合計点が最も高い者を契約候補者とする。なお、各評価委員の採点の合計点で180点を最低基準点とし、それ以上の点数を得た提案者の中から契約候補者を選定する。
- 2 点数が同点になった場合は、次の方法により順位を決定する。
 - (1) 評価項目②～④の合計点数が高い者を上位とする。
 - (2) (1)が同点の場合は、評価項目④の点数が高い者を上位とする。
 - (3) (1)及び(2)が同点の場合は、再度各評価委員から意見を聞き契約候補者を決定する。