

秋田県ブランドプロモーション業務委託
企画提案コンペ 審査票

審査員名

コンペ参加者名

1 評価項目、配点、係数

評価項目			配点	評定値 (1～5)	係数	合計		
Ⅰ 目的や期待する効果の実現性								
ア 事業趣旨の理解と施策間整合性 本事業の趣旨(新たなブランドを通じた県民のシビックプライド醸成、「選ばれる」秋田の確立)を深く理解し、県の個別キャンペーン(観光、県産品販売、移住等)との整合性を図った全体方針となっているか。			15		3	0		
イ 話題化と共感・行動変容を創出するプロモーション企画 SNSプロモーションや各種広報媒体等を活用した継続的な話題化と好意的な評価の獲得に向け、単発のリアルイベントや一過性の取組に留めず、県民から長く愛される共感獲得の工夫や、県外ターゲットの来訪意欲喚起・応援機運の醸成(行動変容)を促す効果的な仕掛けが提案されているか。			15		3	0		
Ⅱ プロモーション計画の戦略性とデータ分析能力								
ウ プロモーション計画の戦略性 ターゲット(首都圏の旅行・地方産品関心層及び県内在住者)を的確に捉え、必須であるメディアPR(パブリシティ)とその他の手法を組み合わせた効果的なプロモーションの実施計画となっているか。			10		2	0		
エ データ分析・運用の最適化 SNS・ウェブ広告等の運用において、リアルタイムのデータ分析に基づき柔軟に予算配分を最適化し、広告効果の最大化を図る体制・手法が具体的に提案されているか。			10		2	0		
Ⅲ 個別プロモーションの企画力・訴求力								
オ お披露目イベントの企画力 ブランドお披露目イベントについて、開催地(東京都内・県内等)や柔軟なキャスティング・演出によりメディアの注目を集め、発表後もSNS等を通じた継続的な話題化・来訪促進・購買意欲喚起に繋がる企画となっているか。			10		2	0		
カ 広告・広報媒体の展開 SNSプロモーションを活用したデジタル広告や交通広告・新聞広告等の各種広報媒体の運用において、ターゲットに新ブランド(ロゴマーク・キャッチコピー等)への興味関心を強く抱かせ、認知定着と話題化を図る効果的な仕掛けが提案されているか。			10		2	0		
Ⅳ 業務実施体制及びスケジュール								
キ 実施体制・専門人材 クリエイティブディレクターやコミュニケーションプランナー等の高度な専門人材がチームに適切に組み込まれているか。また、豊富な実務経験を有する専門家が県及びマーケティング戦略アドバイザーと円滑に連携・協議できる確実な業務実施体制となっているか。			10		2	0		
ク スケジュール・進行管理 事業全体の実施計画(スケジュール)が事業趣旨を踏まえて妥当であり、確実な進行管理と適宜レポートを行う仕組みとなっているか。			5		1	0		
Ⅴ 見積・予算配分								
ケ 見積の妥当性・予算配分 各業務(イベント、PR、広報等)に対して効果を最適化する予算配分が提案されており、見積金額の上限内での積算内訳が明確かつ妥当であるか。			5		1	0		
Ⅵ 加点措置								
賃金水準の向上	役員及び従業員の給与等受給者一人当たりの平均給与額又は役員を除く従業員の給与等受給者一人当たりの平均給与額の対前年増加率	1.50%以上	3	最大5	5	0		
		2.00%以上	4					
		3.00%以上	5					
「パートナーシップ構築宣言」の作成・公表			0.5					
女性の活躍推進	一般事業主行動計画の策定・届出	従業員数100人以下の企業に限る	女活法	各0.25	最大0.5	5	0	
			次世代法					
	えるぼしチャレンジ企業認定	女活法	えるぼし	1	最大3			
			ブラチナえるぼし	2				
			次世代法	くるみん				1.5
				ブラチナくるみん				2
		若者雇用促進法	ユースエール					0.5
			秋田県知事表彰の受賞	女性活躍・両立支援企業表彰				各0.5
	女性の活躍推進企業表彰							
	子ども・子育て支援知事表彰							
男女共同参画社会づくり表彰								
算出方法:評定値×係数=各審査員得点 各審査員得点の合計=提案者の総得点					100	0		

評点判断基準

- 5 非常に優れている
- 4 優れている
- 3 標準(要求を最低限満たしている)
- 2 劣っている
- 1 非常に劣っている