

別表「評価基準」

項目	基準	配点
1. 企画内容の評価・内容の妥当性		
事業コンセプトとの整合性等	<ul style="list-style-type: none"> ・事業目的を十分に理解した上で、コンセプトや企画が考えられているか。 ・事業の成果指標を達成するために、企画が設計されているか。 	20
企画内容の訴求力、話題性(広報)、創造性、実現可能性等	<ul style="list-style-type: none"> ・本業務のターゲット(20代～30代の若い世代や佐賀酒をはじめとする日本酒にあまり馴染みのない層)が興味を持つような、新たな視点での工夫があるか。 <p>【チェックポイント】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・会場となる飲食店の選定は適切か。 ・日本酒以外の切り口を取り入れるなど、ターゲット層の集客をより一層図るための工夫があるか。 ・企画を通して、佐賀酒の魅力を発信できるか。 ・企画名はターゲットにとって話題性があり、刺さるものとなっているか。 ・ターゲット層が効果的に情報を入手でき、かつ魅力的と感じるような広報の手法であるか。 ・企画終了後も、取組実績が残るような工夫がなされているか。など 	65
2. 実施体制等の評価		
実施主体の適格性	<ul style="list-style-type: none"> ・本業務の遂行に必要な技術・知識を有するとともに、必要な人員の確保がなされると認められるか。 ・人員の確保や実施体制、連絡体制は十分と思われるか。 	5
イベントの開催実績	<ul style="list-style-type: none"> ・現在や過去5年以内において、同種の業務(プロモーション等)を請け負っており必要なノウハウを有しているか。 	5
経費の妥当性	<p>企画内容ごとの内訳の見積額は妥当か。</p> <p>【チェックポイント】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・内訳の額が不自然ではないか、適切な見積額となっているか。(高すぎる、または安すぎる額となっていないか。) 	5