

エシカル農畜産物等消費促進業務委託審査委員会 選定の手順及び審査の基準

1 選定の手順

(1) 審査委員による企画提案の審査

○各項目の得点（審査委員の評価点に係数を乗じて得た得点）を合計したものを審査点とする。

(2) 委託候補者の選定

○各審査委員の審査点を合計して総合点を算出し、得点の多い順に委託候補者として選定する。

○総合点が同じ点の企画提案応募者がある場合は、審査委員の多数決により順位を決定するが、次のいずれかに該当する企画提案応募者は順位にかかわらず委託候補者としない。

- ・審査委員の2名以上が評価点1点以下とした審査項目が1つ以上ある場合
- ・審査委員の2名以上が審査点を60点未満とした場合

2 審査の基準

区分	評価項目	配点		得点	
		評価点 (5点満点)	係数		評価点 ×係数
(1)	業務目的・業務内容の理解度	① 業務目的を十分に理解し、各業務を「エシカル」をテーマに、農畜産物等を一体的に消費者に訴求できるか。	5	2	10
(2)	実需者（シェフ等）、メディア等向けツアー内容について	② どのような実需者（シェフ、小売店の青果物バイヤーは必須）、メディア等を招聘できるか。	5	2	10
		③ エシカル農畜産物等を効果的に実需者、メディア等に訴求できる内容となっているか。	5	2	10
		④ ツアーへの参加者数や飲食店・小売店での取り扱い件数、記事化数などの目標（KPI）が効果的なもので、実現のためのプロセスが明確であるか。	5	1	5
(3)	エシカル消費層に対するやまなし4パーミル・イニシアチブ認証農産物等のプロモーションの実施内容について	⑤ 県が指定する青果物卸売市場と調整して、エシカル消費層にアプローチ可能な小売店を県に提案し、より多くの店舗でフェアを実施することができるか。（最低20店舗）	5	2	10
		⑥ 効果的なプロモーションとなるような売り場づくりであり、実現性があるものか。エシカル消費層に対して、県の4パーミル・イニシアチブの取り組みをわかりやすく説明し、効果的なプロモーションを実施することができるか。	5	2	10
		⑦ ECサイトでもやまなし4パーミル・イニシアチブ認証農産物を購入できることを店舗に来店した消費者等に周知できるか。	5	1	5
		⑧ より多くのアンケートを回収するための工夫があり、何件のアンケートを回収する計画か。	5	1	5
		⑨ ECサイトとりまとめ件数、小売店舗におけるリーフレット配布数などにより、やまなし4パーミル・イニシアチブ認証農産物の認知者数の目標（KPI）が効果的なもので、実現のためのプロセスが明確であるか。	5	1	5
(4)	やまなしジビエのプロモーションの実施内容について	⑩ エシカル消費層を中心とした消費者に対して、やまなしジビエを効果的に訴求できる発信力のある者を起用できるか。	5	2	10
		⑪ 販売促進資材のバリエーション、量、配布先は、消費者に効果的に訴求できるものになっているか。	5	2	10
		⑫ ジビエフェア参画飲食店でのやまなしジビエ消費量などの目標（KPI）が効果的なもので、実現のためのプロセスが明確であるか。	5	1	5
(5)	実施計画の実現性と実行性	⑬ 実施手順が効率的で、実施スケジュールに実現性があるか。	5	1	5
		⑭ 他の行政機関での同様の業務経験があり、本業務を効果的に、確実に遂行することができるか。	5	2	10
		⑮ 本事業を実行する経営体力があるか。	5	1	5
(6)	価格点	⑯ 見積価格 5点×応募者中の最低価格/提案者の価格 ※小数点以下第1位で四捨五入	5	1	5
合計				120	

評価点（5点満点）は次を目安に評価する。

- |                    |    |                 |    |
|--------------------|----|-----------------|----|
| ・非常に優れている/非常に期待できる | 5点 | ・優れている/期待できる    | 4点 |
| ・委託先として望ましい水準      | 3点 | ・やや劣る/あまり期待できない | 2点 |
| ・要求水準を明らかに満たしていない  | 1点 |                 |    |