

**『観光コンテンツの拡充および持続的な販売促進業務』
評価基準および配点**

評価項目		評価の視点	評価点	
提案内容	本業務の理解度、提案の的確性	<ul style="list-style-type: none"> ・本事業の目的を理解し、有効性・効率性の高い独自提案がなされているか。 ・必要な内容を網羅した提案になっているか。 ・事業の目標、計画が具体的に設定されているか。 等	90	10
	既存コンテンツの磨き上げ及び新規コンテンツの造成	<ul style="list-style-type: none"> ・北九州市の観光情報を理解しているか。 ・対象市場の特性やニーズなどの分析に基づいたペルソナを設定し、コンテンツの磨き上げや新規造成が具体的に示されているか。 ・持続可能なコンテンツの運営体制が確保されているか。 		20
	販売体制の整備	<ul style="list-style-type: none"> ・一過性の販売にとどまらず、翌年度以降の販売目標や販売達成に向けたロードマップの提示等、持続可能な販売体制となっているか。 ・北九州市の体験型コンテンツとして一体となったプロモーションや一元管理ができる販売体制となっているか。OTA掲載は、個人向けコンテンツに限るなどの場合は除く。 ・コンテンツや市場のニーズに応じた販売体制が具体的に示されているか。 		20
	BtoCプロモーション	<ul style="list-style-type: none"> ・対象市場の選定について、根拠を示しているか。 ・対象市場の現状・特性を理解したプロモーション手法であるか。 ・コンテンツや北九州市の認知向上につながる魅力的な提案となっているか。 ・SNSやR7年度に製作したLP等を活用した効果的なプロモーションが具体的に示されているか。 ・販売チャネルの妥当性（対象市場での認知度・販売実績等）があるか。 		10
	BtoBプロモーション	<ul style="list-style-type: none"> ・対象市場の選定について、根拠を示しているか。 ・対象市場の現状・特性を理解したプロモーション手法であるか。 ・コンテンツの販売促進や北九州市への誘客促進につながる魅力的な提案となっているか。 ・現地旅行会社や国内ランドオペレーターに対する効果的なプロモーションが具体的に示されているか。 ・販売チャネルの妥当性（台湾市場での認知度・販売実績等）があるか。 		10
	KPI	<ul style="list-style-type: none"> ・適切なKPIが設定されているか。 		10
	効果検証	<ul style="list-style-type: none"> ・具体的な効果分析手法が提案されているか。 ・提案された手法が、分析ツールとして適切なものとなっているか。 		10
実施体制等	実施体制・業務スケジュール	<ul style="list-style-type: none"> ・責任者や事業担当者などの事業実施体制、役割分担等が具体的に示され、円滑な計画・準備・運営が見込めるか。 ・業務ごとに開始、終了が明確され、計画的で無理のないスケジュールになっているか。 等	10	5
	見積額	<ul style="list-style-type: none"> ・予算の範囲内で適切な積算がなされているか。 等		5
合 計			100	

※最低基準点：300点（60点×5名）に満たなかった場合は、受託候補者は「該当なし」とする。