

『令和8年度台湾市場における誘客プロモーション業務』  
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、提案の的確性等	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> <li>・必要な内容を網羅した提案になっているか。</li> <li>・事業の目標、計画が具体的に設定されているか。</li> </ul> 等	90	15
	BtoBプロモーション	<ul style="list-style-type: none"> <li>・台湾市場の現状、特性や連携都市の観光資源を理解した具体的なプロモーション手法であるか。</li> <li>・本業務の目的や仕様書の条件を満たした商品となっているか。</li> <li>・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。</li> <li>・事業終了後も一過性の販売に留まらず自走化できる提案となっているか。</li> </ul>		20
	BtoCプロモーション	<ul style="list-style-type: none"> <li>・台湾市場の現状・特性や連携都市の観光資源を理解した具体的なプロモーション手法であるか。</li> <li>・認知向上施策について、ペルソナやテーマ等を具体的に設定して提案しているか。</li> <li>・誘客促進施策について、現地旅行会社やOTA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。</li> <li>・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。</li> </ul>		20
	自由提案	<ul style="list-style-type: none"> <li>・台湾市場の現状、特性や連携都市の観光資源を理解した具体的なプロモーション手法であるか。</li> <li>・BtoBプロモーション及びBtoCプロモーションと連動した提案となっているか。</li> </ul>		15
	KPI	<ul style="list-style-type: none"> <li>・適切なKPIが設定されているか。</li> </ul>		10
	効果検証	<ul style="list-style-type: none"> <li>・具体的な効果分析手法が提案されているか。</li> <li>・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。</li> </ul>		10
実施体制等	実施体制・業務スケジュール	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> <li>・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。</li> </ul> 等	10	5
	見積額	<ul style="list-style-type: none"> <li>・予算の範囲内で適切な積算がなされているか。</li> </ul> 等		5
合 計			100	

※最低基準点：240点（60点×4名）に満たなかった場合は、受託候補者は「該当なし」とする。