

(別紙1)

「八代市食の感動体験創出事業」業務委託者選定のための公募型プロポーザル審査基準(一次審査20点、二次審査100点+特別加点5点)

審査区分	評価項目	中項目	評価の視点	審査主体	配点
事務局審査	1.参加資格		実施要領「4.参加資格」に掲げる要件を全て満たしているか。	事務局	
	2.企画提案		仕様書の業務の視点・基本方針を満たして、提案内容に応じた適正な見積もりであるか。		10
	3.見積金額		見積金額が最も低い事業者を5点とする。その他の事業者については、最も低い見積金額を、当該事業者の見積金額で除して得た数値に、配点5点を乗じた数値を 得点とする(小数点第2位を四捨五入)。		5
	4.業務実施体制		業務を適切に行える体制か。		5
選定委員会による審査 (プレゼンテーション)	5.業務理解度・基本方針	事業趣旨の理解	2026年夏の熊本デスティネーションキャンペーン(DC)の趣旨を深く理解し、来訪者の滞在時間延長、回遊性向上、消費額増加という本事業の目的を達成する意欲が示されているか。	15	5
		基本方針の整合性	仕様書が定める3つの視点(回遊シナリオ、質の高い体験、当事者意識)を企画の根幹に据えているか。		10
	6.企画提案の独創性・有効性	八代独自の回遊シナリオ	特定のスポットに留まらず、市内飲食店や物産館等を結びつけ、参加者が自発的に次の場所へ足を運びたいとなるような、地域経済への波及効果の高いストーリーが構築されているか。	45	15
		五感を刺激する体験の質	デジタルでは代替できない八代だけの旅の思い出を提供するため、参加者が持ち帰りたくなる、あるいは語りたくなるアナログ的な仕掛け(カード、記念品等)が具体的に提案されているか。		15
		地域資源の活用	八代の特産品や郷土料理等の食資源をテーマに、他地域にはない独自性や歴史的背景を深掘りしたコンテンツとなっているか。		15
	7.広報・周知計画	戦略的な情報発信	SNS、Webメディア、DC関連媒体等を活用し、ターゲット層へ効果的に情報を届けるための具体的な手法とスケジュールが示されているか。	15	10
		広報物の訴求力	ポスターやチラシ等、八代の食の魅力を直感的に伝え、参加意欲を喚起するクリエイティブな提案が含まれているか。		5
	8.実現性・持続可能性	事業者の自走性と負担軽減	飲食店等の運営側の負担を最小限に抑えつつ、DC終了後もおもてなしの土壌が地域に残り、事業者が自立的に継続できるモデル(仕組み)となっているか。	25	10
		実施体制・安全管理	業務を確実に遂行できる体制が整い、参加者の安全対策や個人情報の取り扱いが適切に設計されているか。		5
		継続性・波及効果	DC終了後も地域に価値が残り、観光・地域経済への持続的な効果が見込めるか。		10
特別加点は別枠				合計	120

※ 第一次審査参加事業者が4者以上の場合は、評価基準1～8に基づき事務局にて審査を行い、上位3者を選定するものとする。

※ 市内事業者が単独または共同体(コンソーシアム)の代表として提案している場合に5点を加点する。