

Find Your YOKOHAMA キャンペーン プロモーション業務委託 特定結果

Find Your YOKOHAMA キャンペーン プロモーション業務委託について、公募型プロポーザル方式で、受託候補者を特定しました。

1 件名

Find Your YOKOHAMA キャンペーン プロモーション業務委託

2 委託内容

- (1) 全体計画
- (2) 著名人を起用した横浜の魅力をPRする動画制作
- (3) テレビ番組のタイアップ施策
- (4) 国内メディアへのアプローチ及び露出プロモーション
- (5) 事務局業務
- (6) 報告業務

3 受託候補者

株式会社プラチナム

東京都港区赤坂 4-15-1 赤坂ガーデンシティ 18 階

古賀 さおり

4 評価結果

提案者	評価点数	順位
株式会社プラチナム	432 点	1
株式会社フジテレビジョン	302 点	2

5 評価基準・評価委員会開催概要

○評価基準

別紙参照

○委員会開催日時及び開催場所

令和2年7月27日(月) 10時から12時

財団会議室

Find Your YOKOHAMAキャンペーン プロモーション業務委託
業者選定に係る提案書評価基準

1 評価方法

- (1)出席した評価委員(以下「評価委員」という)は、各評価項目について、配点により4段階評価を行う。
(2)提案書に評価項目に該当する記載がない場合は0点とする。
(3)評価委員の過半数が0点と採点した評価項目がある場合には、そのプロポーザルは特定されない。(※)
(4)提案者が1社の場合、6割以上の得点をもって特定とする。

※5(3)については自由提案のため除く。

2 評価項目

評価項目	配点	評価	(倍率)	得点	備考
1 業務に対する理解・コンセプト					
(1)業務に対する理解度					
本業務の目的に対する理解や事業実施方針が適切か。	10	5・3・1・0	2		
(2)独自性					
他都市等の事例の分析を踏まえ、他都市との差別化が図れる企画提案となっているか。	10	5・3・1・0	2		
2 PR動画制作について					
(1)訴求力					
テーマ案や起用する著名人候補が妥当であり、本キャンペーンの認知拡大および横浜への来訪意欲向上につながる提案内容となっているか。	10	5・3・1・0	2		
(2)ターゲティング配信について					
動画視聴回数目標値が指定した回数以上の設定であり、ターゲティング配信の提案が効果的な広告出稿方法となっているか。	15	5・3・1・0	3		
3 テレビ番組タイアップ施策について					
(1)訴求力					
番組企画案や起用する著名人候補が、本キャンペーンの認知拡大および横浜への来訪意欲向上につながる提案内容となっているか。	20	5・3・1・0	4		
4 国内メディアへのアプローチおよび露出プロモーションについて					
(1)実施計画					
山場となる時期の選定や山場ごとのアプローチ先メディアの選定方法が妥当であり、それぞれの媒体に必要なPRツールの考え方が妥当であるか。	10	5・3・1・0	2		
(2)訴求力					
メディアアプローチを行う場合のアプローチ方法や候補媒体、露出目標値が妥当であり、本キャンペーンの認知拡大および横浜への来訪意欲向上につながる提案内容となっているか。	15	5・3・1・0	3		
5 提案内容全般					
(1)予算配分計画					
上限額(60,000千円)を踏まえ、事業内容に対し、妥当性があり、且つ効率的な予算配分計画になっているか。	5	5・3・1・0	1		
(2)自由提案(加点項目)					
自由提案が、工夫や独自性が見られ、当該業務を達成するために有効で考慮する価値のあるものか。	5	5・3・1・0	1		
6 事業者の実施体制					
(1)類似業務実績					
本業務を実施するにあたり、過去に類似の広報関連業務の実績があり、ノウハウを活かすことができるか。	5	5・3・1・0	1		
(2)実施体制の確実性					
業務を確実に実施できる体制と具体的なスケジュールとなっているか。	5	5・3・1・0	1		
総合点	110				