松阪・多気・明和・大台圏域観光連携事業推進協議会
　総合観光情報誌企画作成業務 企画提案コンペ審査結果（講評）

平成２８年７月２６日
松阪・多気・明和・大台圏域観光連携事業推進協議会
　総合観光情報誌企画作成業務 企画提案コンペ審査委員会
委員長 寺添　幸男

◇選定事業者

所 在 地　　東京都新宿区払方町 25-5
事業者名　　株式会社 JTB パブリッシング
総 得 点　　511.0 点 ／ 配点　600.0 点
（提案評価点：391.0 点、価格評価点：120.0 点）
見積金額　　6,264,000 円

◇審査経緯について

平成 28 年６月 24 日、松阪・多気・明和・大台圏域観光連携事業推進協議会　総合観光情報誌企画作成業務 企画提案コンペの公告をしたところ、参加申込書の提出締切りの平成 28 年７月６日には４者からの参加表明があり、平成 28 年７月 20 日の提案書提出締切りにおいて、参加表意のあった４者から提案書の提出があった。

事務局による提案書類の確認を経て、７月 25 日に提案者 4 者によるプレゼンテーションを実施し、審査委員による提案者へのヒアリングの後、本審査会を実施した。

審査方法については、「提案評価」と「価格評価」を合算した「総合評価」で行い、評価点の合計が最も高かった者を１位、最も低かった者を４位とすることとした。

なお、「提案評価」に関しては、審査委員８人がそれぞれ60.0 点を持ち点とし、審査項目を 12 項目に分け審査を行い、全審査委員の審査点の合計を提案評価点とした。

また、「価格評価」に関しては、配点を 120.0 点とし、委託金額（上限）を 7,000,000 円、評価価格下限を上限額の 90.0%として、計算式により各提案者の見積額に応じて価格評価点を算定した

結果、総合評価点が１位であった、株式会社 JTB パブリッシングを最優秀提案者として選定した。

【参考①：「提案評価」審査事項 12 項目と配点】

①適合性（15 点）

・事業目的の理解度　　（5 点）
・仕様の達成水準　　（5 点）
・業務実施体制　　（5 点）

②訴求性（15 点）

・発信力　（5 点）
・観光資源の分析能力　（5 点）
・周遊性の向上提案　（5 点）

③効果性（15 点）

・知名度（ブランド力）　（5 点）
・観光情報誌のイメージ　（5 点）
・ターゲット層の合致　（5 点）

④実現性（15 点）

・スケジュール管理　（5 点）
・配布方法の提案内容　（5 点）
・実施体制　（5 点）

【参考②：「価格評価」計算式と配点】

Ａ　＝　『委託金額（上限）』（7,000,000 円）
Ｂ　＝　『評価価格下限』（上限額の 90.0%、6,300,000 円）
Ｃ　＝　提案者の『見積額』
Ｄ　＝　配点（120 点）

点数（価格評価点）＝（Ｄ／（Ａ－Ｂ）＊10000）×（（Ａ－Ｃ）／10000）
※小数点が発生する場合は、小数点第２位で四捨五入。

◇審査委員

役職	氏　名	所　　属（役職）
	梶間　重伸	一般社団法人松阪市観光協会　事務局長
	谷村　朗	多気町役場　環境商工課長
	中谷　文尋	多気町観光協会　事務局長
副審査委員長	西口　和良	明和町役場　斎宮跡・文化観光課長
	大平　みさき	明和町観光協会　事務局長
審査委員長	寺添　幸男	大台町役場　産業課長
	佐々木　圭介	大台町商工会
	近田　弘之	松阪市役所　観光交流課長

松阪・多気・明和・大台圏域観光連携事業推進協議会　総合観光情報誌企画作成業務　企画提案コンペ審査結果（一覧）

評価項目			審査項目	評価の目安（参考）	合計配点	審査員配点	事業者A	事業者B 株式会社JTBパブリッシング	事業者C	事業者D
提案評価	①適合性	提案内容が、当該事業の目的に合致したものとなっているか。	事業目的の理解度	5：目的を達成できる提案である。 4：目的を理解し適合した提案である。 3：目的を理解した提案である。 2：目的をやや理解できていない。 1：目的を全く理解できていない。	40	5	21.0	32.0	31.0	31.0
			仕様の達成水準	5：仕様水準をはるかに上回る提案である。 4：仕様水準以上の提案である。 3：仕様に適合した提案である。 2：仕様をほぼ満たす提案である。 1：仕様をほとんど満たしていない。	40	5	19.0	32.0	29.0	32.0
			業務実施体制	5：サポート体制がとても充実している。 4：サポート体制が充実している。 3：実施体制が整備されている。 2：実施体制の整備が不十分。 1：事業を遂行するのが困難な体制である。	40	5	23.0	33.0	30.0	30.0
	②訴求性	提案内容が、当該エリアの魅力・情報を伝えられる内容となっているか。	発信力	5：地域の魅力を最大限発信できている。 4：地域の魅力を十分発信できている。 3：地域の魅力を発信できている。 2：地域の魅力をある程度発信できている。 1：地域の魅力を伝えられていない。	40	5	22.0	34.0	30.0	33.0
			観光資源の分析能力	5：地域の観光資源を十分に分析している。 4：地域の観光資源を研究している。 3：地域の主要な観光資源を知っている。 2：地域の観光資源をほとんど知らない。 1：地域の観光資源を全く知らない。	40	5	24.0	31.0	26.0	29.0
			周遊性の向上提案	5：地域全体の繋がりを活用している。 4：観光資源の相関性を活用している。 3：観光資源の位置関係を活用している。 2：観光資源の位置関係を理解していない。 1：周遊性を高めることを全く意識していない。	40	5	20.0	34.0	32.0	30.0
	③効果性	提案内容が情報発信と観光誘客に効果的なものとなっているか。また、全国的に知名度の高い旅行雑誌等のブランド力を活用した提案となっているか。	知名度（ブランド力）	5：観光情報誌の知名度が全国的であり、最大限活用されている。 4：観光情報誌の知名度を活用している。 3：観光情報誌の知名度がある程度活用されている。 2：観光情報誌の知名度があまり活用できていない。 1：観光情報誌の知名度は全く活用できていない。	40	5	20.0	37.0	32.0	36.0
			観光情報誌のイメージ	5：信頼性・認知度から誘客効果が非常に期待できる。 4：信頼性・認知度から誘客効果がかなり期待できる。 3：信頼性・認知度から誘客効果が期待できる。 2：信頼性・認知度から誘客効果がある程度期待できる。 1：誘客効果があまり期待できない。	40	5	18.0	36.0	31.0	33.0
			ターゲット層の合致	5：誘客したいターゲット層が合致している。 4：誘客したいターゲット層が当該エリアに適している。 3：情報誌のターゲットが明確である。 2：情報誌のターゲットが曖昧である。 1：情報誌のターゲットが不明である。	40	5	19.0	28.0	29.0	30.0
	④実現性	本業務の本旨を理解し、必要な知識・能力を活用して業務を的確かつ円滑に遂行できる能力を備えているか。また、事業スケジュールが具体的で実行可能な内容となっているか。	スケジュール管理	5：必要な工程が全て明記されている。 4：必要な工程をほぼ記載されている。 3：最低限必要な工程が明記されている。 2：ある程度実施可能なスケジュールである。 1：実施困難と思われるスケジュールである。	40	5	24.0	30.0	28.0	28.0
			配布方法の提案内容	5：配布方法が期待以上の内容であり誘客効果が非常に期待できる。 4：配布方法が適切であり誘客効果がかなり期待できる。 3：配布方法が適切で誘客効果が期待できる。 2：配布方法は仕様水準となっている。 1：配布方法が適切でない。	40	5	20.0	34.0	28.0	32.0
			実施体制	5：必要な体制を構築し十分な人員が配置されている。 4：必要な体制が整備されている。 3：事業実施に最低限の体制が整備されている。 2：かろうじて実施可能な実施体制である。 1：事業実施に際し、実施可能かが疑われる体制である。	40	5	23.0	30.0	29.0	30.0
	小　計				480	60	253.0	391.0	355.0	374.0
価格評価	価格性	委託金額（上限）　7,000,000 円(税込み)			見積額		4,860,000	6,264,000	6,987,384	6,998,400
		【計算式】　点数＝（D／（A－B）＊10000）×（（A－C）／10000）　※小数点が発生する場合は、小数点第2位で四捨五入。 『委託金額（上限）』＝A、『評価価格下限』＝B、当該提案者の『見積額』＝C、配点＝D			120		120.0	120.0	2.2	0.3
合　計					600		373.0	511.0	357.2	374.3

『評価価格下限』　6,300,000 円