別紙 評価基準

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **項　　　目** | | **基　　　準** | **得点配分** | |
| **１．広報内容の評価** | | | **７０点** | |
| 企画内容に対する評価 | 訴求内容との整合性 | 訴求ポイントを的確、適切に表現しているか  ・伝える情報が明確であるか  ・伝える情報の優先順位や重要度が明確であるか  ・表現はわかりやすいか　など | １５ | ３５ |
| 企画内容の創造性 | 構成・ビジュアル・キャッチコピー等、広報の受け手の興味を引くことができるか  ・内容の全体構成は興味を引くものであるか  ・ビジュアル（見た感じ）が興味を引くものであるか  ・キャッチコピーなどは興味を引くものであるか　など | １５ |
| 内容の妥当性 | 県の広報に相応しい品位があり、かつ県民一般の興味を喚起することができる内容か  ・行政の信頼性や品位が感じられるか  ・県民が興味を持つような工夫があるか　など | ５ |
| 総合的な評価 | 広報展開案の妥当性 | 訴求内容について広く県民一般に理解されるために必要十分な展開案であるか  ・伝える情報が県民に理解されると思われるか  ・また、そのための工夫がなされているか　など | １５ | ３５ |
| 統一性  ・調和 | ビジュアル・ロゴマーク・キャッチコピー使用等、他の関係要素と統一性や調和があるか  ・デザイン（文字や色使いなど）に統一感・調和があるか  ・（広報物が複数の場合）各々の統一感・調和があるか など | １５ |
| その他 | その他、特に評価に値する点があるか  ・企画書で斬新な工夫など特筆すべき点があるか　など | ５ |
| **２．実施体制等の評価** | | | **３０点** | |
| 広報効果測定 | 広報効果への視点 | 当該広報物に係る内容は、広報効果の獲得に関する視点を踏まえているか  ・効果的な使用法の提案等広報効果の視点があるか　など | ３ | ６ |
| 広報効果の測定 | 当該広報物がもたらす広報効果について、測定できる配慮があるか  ・広報効果を把握するための提案があるか　など | ３ |
| 広報実施主体 | 実施主体の適格性 | 事業者の社内スタッフ機構図から、本業務が遂行可能な人員の確保がなされるとともに効果的な人員体制であると認められるか  ・人員の確保や体制は十分と思われるか　など | １０ | １４ |
| 広報・広告の実績 | 過去３年間に、佐賀県関係機関や民間企業の広報実績があるか | ４ |
| 経費 | 経費の妥当性 | 媒体ごとの内訳の見積額は妥当か  ・内訳の額が不自然ではないか、安価であるか　など | １０ | １０ |
| **総　　計** | | | **１００点** | |

※提案内容の水準を確保するため、最低基準点を合計点の６割とする。（100点×60％=60点）

最低基準点以上の点数を得た参加者の中から最優秀提案者を選定するものとする。