

## 令和4年度観光ブランディング事業にかかる評価シート

評価項目（配点）	項番	評価項目（配点）	評価基準
事業内容（100）	1	提案内容の実現性（30）	本事業の内容を理解し、実施方法等が具体的で、実現性があるか。
	2		東大阪市の魅力を発信できる企画になっているか。参加者のニーズを考慮し、満足度を高められるような工夫や仕掛け等がなされているか。
	3		ドラマ放映を活かして東大阪らしいモノづくりの魅力を伝える訴求力があるか。市内外の注目度を高め、独創性のある企画内容となっているかどうか。
	4	地域精通度（20）	東大阪地域の課題やモノづくりの歴史、モノづくり企業・事業者の実態などを理解しているか。そのブランディングに資する企画内容であるか。
	5		企画提案の随所に地域事業者や商店街・市民等を巻き込んだ内容が含まれているか。
	6		東大阪市民や市内事業者に対して共感力や合意形成に効果的な表現・方法になっているか。
	7	商品・事業開発力（20）	ロゴ、デザイン、コピー、エディトリアル等、各種表現物のコミュニケーションデザイン・発信力が優れているか。
	8		市内観光プログラムおよび商品・事業開発サポートの内容方針が、来訪者にとっても市内事業者にとっても魅力的なものか。
	9		ドラマ関連の商品開発支援および販売支援の内容が適切かつ魅力的なものか。市民の盛り上がり・集客に大いに寄与するキャンペーン展開となっているか。
	10	展示コンテンツ開発力（20）	展示企画およびイベント内容が、市民の満足と東大阪市内の賑わいを促進し、さらに市外からもより広く東大阪市への誘客を促進する内容であるか。
	11		東大阪モノづくり観光の内容が、市内事業者の賛同・協力・協賛を得られるコンテンツとなっているか。大人から子供までわかりやすく、市民意識・シビックプライドの向上に寄与する魅力的なものか。
	12		ヒロイン役の女優と同世代もしくは若い世代の視聴者、モノづくりに対する市民の共感を得られるコンテンツとなっているか。
	13	オリジナリティ（10）	提案事業者のノウハウや知識、経験を活かした創意工夫が見られ、効果が見込める内容か。
業務体制（25）	14	スケジュール	スケジュールが明確に示されており、事業実施から事業完了まで無理のないスケジュールとなっているか。
	15	企業力（人員配置ほか）	業務を適正かつ確実に実施するための人員配置と、緊急時や不測の事態にも適切な対応ができる組織・体制が整っているか。事業の実施や納品、検査・支払に至るまで経営資金を確保できるか。
	16	安全管理	委託事業者が収集し、利用する個人情報について、的確な安全管理措置が講じられているか。
	17	コロナ対策	新型コロナウイルスの感染拡大防止に配慮した提案になっているか。
プレゼンテーション（25）	18	本業務に対する取組姿勢	本業務に対する積極的な取り組み意欲が感じられるか。
	19	業務遂行能力	提案事業者は、各種要件の確定などを東大阪市、東大阪ツーリズム振興機構の立場に立った考え方で実施することが期待できるか。
	20	コミュニケーション能力	質疑に対しての返答、対応は明確であり、東大阪ツーリズム振興機構との円滑なコミュニケーションが期待できるか。
経済性・効果継続性（10）	21	経済性・効果継続性	見積価格は適正であるか・費用対効果は十分に吟味されているか。
	22		今回の事業がレガシーとしてドラマの放送終了後、次年度以降も継続事業として考慮できる要素があるか。
見積価格（40）	23		消費税及び地方消費税相当額を含み、事業費上限額（63,000,000円）を超えないこと。 満点〔40点〕×（提案価格のうち最低価格/自社の提案価格） ※小数点以下四捨五入
《合計》200			