

## 落札者決定基準 (堺市伝統産業ブランド推進業務)

### 1 基本的な考え方

落札者の決定に当たっては、本市にとって最適な事業者を選定するため、予定価格の範囲内で有効な入札を行った者について、本落札者決定基準に基づき入札価格と提案内容を審査し、総合評価点が最も高い者を落札者とする。

なお、公平な審査を行うため、本市が設置する堺市伝統産業ブランド推進業務に係る事業者選定委員会（以下「委員会」という。）にて審査を行う。

#### (1) 價格評価点

入札価格について、後に示す算出式に基づき、「価格評価点」を与える。

#### (2) 技術評価点

別記「評価表」に基づき提案内容を審査し、「技術評価点」を与える。

#### (3) 総合評価の方法及び落札者の決定方法

「価格評価点」及び「技術評価点」の合計点（＝総合評価点）が最も高い者を落札者とする。

$$\boxed{\begin{array}{l} \text{総合評価点} \\ (100 \text{ 点満点}) \end{array}} = \boxed{\begin{array}{l} \text{価格評価点} \\ (50 \text{ 点満点}) \end{array}} + \boxed{\begin{array}{l} \text{技術評価点} \\ (50 \text{ 点満点}) \end{array}}$$

#### (4) 有効とする数字

「価格評価点」及び「技術評価点」の算出に当たっては、小数点以下1桁までを有効とし、小数点以下2桁目で四捨五入する。

#### (5) 総合評価点が最も高い者が複数ある場合の落札者の決定方法

- ア 総合評価点が最も高い者それぞれの「価格評価点」「技術評価点」が異なる場合  
技術評価点が高い者を落札者とする。
- イ 総合評価点が最も高い者それぞれの「価格評価点」「技術評価点」が同じ場合  
技術評価点のうち、評価項目「④催事、メディア、インフルエンサー向けイベントの実施」における各委員の項目評価点の合計が高い者を落札者とする。
- ウ 以上アからイで落札者を決定できない場合  
入札価格が低い者を落札者とする。入札価格も同じ場合は、別途日を定め、くじにより決定する。この場合、当該入札参加者は、くじを辞退することはできない。

## 2 價格評価点の算出方法

価格評価点は、入札価格に基づき、次により算出する。

$$\text{価格評価点} = 50 \text{ 点} \times (\text{最低入札価格} / \text{入札価格})$$

ただし、予定価格を上回る入札を行った者は、落札者としない（技術提案書等の審査は行わない）ものとする。

## 3 技術評価点の算出方法

入札参加者から提出された技術提案書等を審査し、別記「評価表」に基づき以下の手順により技術評価点を算出する。

### (1) 評価点

技術提案書等の記載内容により、各評価項目について次のとおり評価点を付与する。

評価の目安	評価点
非常に優れている	5
優れている	4
標準である	3
やや劣っている	2
劣っている	1
記述がない（評価できない）	0

### (2) 項目評価点

評価点に、評価項目の重要度に応じて設定したウェイトを乗じて、項目評価点とする。

### (3) 技術評価点

項目評価点を合計したものを得点とし、委員会の各委員の得点を平均したものを技術評価点とする。

### (4) 技術評価点における基準点

(3)の技術評価点が30点未満の場合は、失格とする。

## 4 失格事項

次のいずれかに該当する場合は失格とする。

- (1) 提出書類に不足又は不備がある場合（軽微な場合を除く。）
- (2) 提出書類に虚偽の記載があった場合
- (3) 著しく信義に反する行為があった場合
- (4) 契約を履行することが困難と認められる場合
- (5) 技術提案書等の記載内容が法令違反など著しく不適当な場合
- (6) 審査の公平性に影響を与える行為があった場合
- (7) 技術評価点が、上記3(4)における基準点を満たさない場合

別記 評価表

評価項目	評価事項	配点	ウエイト	評価点	項目評価点
① 業務実施体制及びスケジュール	<ul style="list-style-type: none"> <li>・業務を着実かつ効果的に遂行することができる十分な人員体制・実施体制が整えられているか。</li> <li>・業務の進め方やスケジュールが適切に計画され、能率的に進められることが期待でき、かつ、現実的であるか。</li> </ul>	5点	1		
② ブランドコンセプト、ターゲット層、堺の伝統産業の理解	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「sakai kitchen 〈堺キッチン〉」のブランドコンセプトを的確に理解し、ブランドコンセプトに合うターゲット層を具体的かつ適切に想定しているか。</li> <li>・堺の伝統産業（刃物、注染・和晒、線香）及び認定商品・事業者の特徴や魅力を適切に理解しているか。</li> </ul>	5点	1		
③ 広告、WEBサイト、Instagramにおける情報発信及び発信コンテンツの充実化	<ul style="list-style-type: none"> <li>・広告について、選定する広告媒体、内容、活用方法、実施時期等が戦略的であり、ターゲット層への訴求力が高く、WEBサイトの閲覧数及び催事、参加・体験型イベントへの集客などブランド認知度の向上が期待できるか。</li> <li>・WEBサイト及びInstagramにおいて発信する制作コンテンツの内容、発信頻度がそれぞれ具体的に示されており、ターゲット層、メディア関係者から十分な関心を得ることが期待できるか。</li> <li>・情報発信のスケジュールが、業務全体の流れに沿って適切に計画されているか。</li> </ul>	15点	3	5. 非常に優れている 4. 優れている 3. 標準である 2. やや劣っている 1. 劣っている 0. 記述がない	
④ 催事、メディア、インフルエンサー向けイベントの実施	<ul style="list-style-type: none"> <li>・催事内容は「sakai kitchen 〈堺キッチン〉」ブランド及び堺の伝統産業の魅力が伝わり、認知度の向上や購買意欲の喚起が期待できるか。</li> <li>・年度を通じて催事の実施場所や実施時期が、時期的な特性や購買動向を踏まえて戦略的に計画されているか。</li> <li>・参加・体験型のイベントについて、参加者の興味・関心を引きつける内容であり、魅力発信効果を高める出演者等の活用が具体的かつ現実的に企画されているか。</li> <li>・メディア、インフルエンサー向けイベントについて、実施場所、実施時期、参加者の選定を含め、話題性や発信力がある内容であり、SNSやメディアでの露出、ターゲット層への情報拡散や認知度の向上が期待できるか。</li> </ul>	20点	4		
⑤ 同種の業務実績	国または地方公共団体や業界団体の地場産業に関する情報発信、展示・販売、ブランディング等の受注実績や成果事例などを有し、本業務においても有効に活かされると期待できるか。	5点	1		
		50点 満点			点（得点）