

落札者決定基準 (堺市統一地方選挙に係る広報啓発事業企画・運営業務)

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統一地方選挙に係る広報啓発事業企画・運営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) 価格評価点

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。

総合評価点 (100 点満点)	＝	価格評価点 (50 点満点)	＋	技術評価点 (50 点満点)
--------------------	---	-------------------	---	-------------------

(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「③具体的広報案（クリエイティブ訴求力）」における各委員の合計点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 価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

評価項目の①から④までは、技術提案書等の記載内容により、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

評価項目の⑥は、技術提案書に記載の履行実績により次のとおり評価点を付与する。

評価の目安	評価点
国又は本市と同等人口規模以上の地方公共団体での類似業務の履行実績	5
本市と同等人口規模未満の地方公共団体での類似業務の履行実績	3
履行実績がない	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 業務の理解度・基本方針	・認識及び課題の把握が的確であり、本業務の適切な履行が見込めるか。 ・ターゲットの特性を踏まえた上で、手法及び訴求内容が若年層・子育て世帯において効果的であり、投票参加につながる実効性が期待できるか。 ・公職選挙法及び選挙啓発の趣旨に対する理解を踏まえ、中立性・公平性及びリスクへの配慮が適切になされているか。 ・コンセプトが明確で設定意図が妥当であり、提案全体に一貫性があり効果が期待できるか。	10 点	2	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	
② 広報全体の戦略設計	・選挙時啓発事業の目的に照らし、投票参加の促進につながる内容となっているか。 ・複数媒体を統合した広報全体の構造が体系的に設計されており、媒体間の連動・相乗効果が期待できるか。 ・媒体横断（クロスメディア）設計がなされているか。 ・各媒体について、ターゲット層の認知から投票参加までの各段階（認知、関心、理解、行動喚起）が論理的に整理されており、効果的か。	10 点	2		
③ 具体的広報案（クリエイティブ・訴求力）	・多くの市民が選挙に関心を持ち、投票参加につながる具体的かつ実効性のある提案となっているか。 ・若年層等のターゲット層への訴求を意識した内容となっているか。 ・全体コンセプトとの整合性があるか。	15 点	3		

	・ポスターデザイン案が視認性・訴求性を有しているか。 ・動画広告案が関心喚起及び行動促進につながる構成となっているか。 ・インターネット広告の配信対象（性別・世代等の属性）が適切に設定されているか。 ・インターネット広告の想定インプレッション、クリック数等の効果指標が現実的に設定されているか。 ・インターネット広告の効果測定手法及び分析手法並びに改善方針（PDCA）が具体的かつ明確に示されているか。				
④ 媒体展開・掲出戦略	・掲出場所の選定が合理的かつ効果的であるか。 ・各媒体の特性を踏まえた活用方法となっているか。 ・掲出配置、数量及び期間が適切に計画されているか。 ・各媒体が相互に補完し合う構成となっているか。 ・広報全体として高い到達効果及び波及効果が期待できるか。	5 点	1		
⑤ 業務実施体制及び実施計画・進行管理	・業務責任者及び担当者の役割分担が明確に示されているか。 ・業務遂行に必要な人員及び体制が確保されているか。 ・複数の広報施策を同時に進行できる体制となっているか。 ・選挙日程を踏まえた現実的かつ具体的なスケジュールとなっているか。 ・複数媒体の制作・掲出を並行して実施できる進行管理となっているか。 ・ポスター・動画制作から各種媒体掲出までの工程が体系的に整理されているか。	5 点	1		

⑥ 類似業務の実績	・令和3年4月1日以降で選挙に係る広報啓発業務に携わった実績が十分にあり、効果的な業務履行が期待できるか。 ・本業務と類似性の高い業務内容・規模の実績があるか。	5 点	1	ア 国又は本市と同等人口規模以上の地方公共団体での類似業務の履行実績：5点 イ 本市と同等人口規模未満の地方公共団体での類似業務の履行実績：3点 ウ 履行実績を有しない。：0 点	
		50 点（満点）	10		点（得点）