

# 千葉県企業立地パンフレット（令和6年度版）作成業務委託に係る企画提案（公募型プロポーザル方式）審査要領

## 1 目的

本要領は、千葉県企業立地パンフレット（令和6年度版）作成業務委託に係る企画競争（公募型プロポーザル方式）に関し、優先交渉権者選考のため、千葉県企業立地パンフレット（令和6年度版）作成業務委託選考委員会（以下「選考委員会」という。）における審査方法等を定める。

## 2 審査方法

### （1）不適合事項の確認

企画提案書提出時において、募集要項に定める不適合事項に該当しないことについて、選考委員会事務局（発注所管課）（以下「事務局」という。）にて確認する。

### （2）企画提案書等の審査

募集要項で定める評価項目等及び次の3 評価基準に基づき、事務局及び選考委員会の選考委員が審査する。

#### ア 事務局審査

評価項目のうち「定量的事項」については事務局が提出書類の事前審査を行い、その結果を選考委員に報告する。

#### イ 選考委員審査

##### （ア）定量的事項の審査方法

選考委員は、事務局からの「定量的事項」に係る審査結果の報告を踏まえ、それぞれ評価、採点を行う。

##### （イ）定性的事項の審査方法

選考委員は、提出書類並びに選考委員会におけるプレゼンテーション及びヒアリングをもとに、それぞれ評価、採点を行う。

#### ウ 優先交渉権者等の決定

選考委員審査の得点の合計が一番高い提案者を優先交渉権者、その次に得点の高い提案者を次点者として決定する。

#### エ 留意事項

（ア）提案者が1 者の場合も、審査を実施する。

（イ）選考委員全員の合計点が全体（委員全員が満点）の6 割に満たない場合は、優先交渉権者等に選考しない（提案者が1 者の場合を含む）。

（ウ）最高得点の提案者が複数あった場合は、評価項目のうち「内容」の得点が高い提案者を優先交渉権者とする。

（エ）（ウ）の得点も同点の場合は、くじにより優先交渉権者を決定する。

（オ）次点者となる提案者が複数あった場合は、上記（ウ）、（エ）を準用し決定する。

## 3 評価基準

提出された企画提案書等は、以下により審査するものとする。

### （1）応募者の実績（様式第5号）

事務局にて、次の判断基準等により採点するものとする。

評価の着眼点	判断基準	配点	配点 上限
本事業と同種又は類似業務実績	同種業務の実績を有する場合	2点/件	5
	類似業務の実績を有する場合	1点/件	

・ 同種業務

「公的機関が発注する、企業立地等に関するパンフレット作成業務」とする。

・ 類似業務

「公的機関が発注する、企業立地等以外に関するパンフレット作成業務」とする。

又は「企業が發注する、企業立地等に関するパンフレット作成業務」とする。

(2) 企画提案書（様式第6、7号及び任意様式）

選定委員が、次の判断基準により、それぞれ採点するものとする。

評価項目	評価の着眼点	判断基準	配点	上限
表紙デザイン	① キャッチコピーの表現・デザイン	キャッチコピーとの結びつきを強いインパクトのあるデザインで表紙として いる。	10	10
		キャッチコピーとの結びつきをインパクトのあるデザインで表紙としてい る。	8	
		キャッチコピーとの結びつきをイメージしたデザインとなっている。	6	
		おおかたキャッチコピーとの結びつきをイメージしたデザインとなってい る。	4	
		デザインからキャッチコピーとの結びつきを感じとれない。	2	
	② 斬新さ・印象の強さ	過去のパンフレットと全く異なり、強い印象を与えるデザインとなっている。	10	10
		過去のパンフレットと異なり、印象に残るデザインとなっている。	8	
		過去のパンフレットとデザインが類似していない。	6	
		過去のパンフレットと類似したデザインを使用している。	4	
		過去のパンフレットと全く同じデザインとなっている。	2	
	③ 千葉市の魅力についての視覚的な明瞭さ	表紙をみただけで、企業の方に千葉市の魅力が伝わるデザインになっている。	10	10
		表紙をみたときに、企業の方が千葉市の魅力を感じられるデザインになっ ている。	8	
		表紙をみたときに、企業の方が千葉市のパンフレットだと分かるデザインに なっている。	6	
		表紙をみたときに、企業の方が千葉市をイメージするのが難しい。	4	
		表紙に千葉市の要素が入っておらず、千葉市のパンフレットであることが分 からない。	2	
レイアウト	④ 構成の明瞭さ・可読性	字体や組み方が工夫され、文章が読みやすく、内容が分かりやすいレイアウト・ページ構成になっている	10	10

		文章が読みやすく、内容が分かりやすいレイアウト・ページ構成になっている。	8	10
		目線がスムーズに動き、迷わず文章が読める。	6	
		目線が迷い、文章が読みづらい。	4	
		文章が読みづらく、掲載内容も分かりにくい。	2	
	⑤ 独自性・創意工夫	内容構成やページ配分について、仕様書に基づいて作成しており、かつ独自の工夫が見られる。さらに、千葉市の伝えたい情報が十分に記載できる構成となっている。	10	
		内容構成やページ配分について、仕様書に基づいて作成しており、かつ、独自の工夫が見られる。	8	
		内容構成やページ配分について、仕様書に基づいて作成している。	6	
		内容構成やページ配分について、仕様書に基づいて作成しているが、市の伝えたい情報が十分に記載できる構成となっていない。	4	
		内容構成やページ配分について、仕様書に沿っていない。	2	
	内容	⑥ 千葉市の魅力についての表現	「企業立地の優位性」、「住環境の優位性」、「千葉市の特色」の3つの視点から千葉市の魅力を分かりやすく伝えており、加えて、新たな視点から千葉市の魅力を提案している。	
「企業立地の優位性」、「住環境の優位性」、「千葉市の特色」の3つの視点から千葉市の魅力を分かりやすく伝えている。			16	
「企業立地の優位性」、「住環境の優位性」、「千葉市の特色」の3つの視点から千葉市の魅力が記載されている。			12	
3つの視点は記載されているが、千葉市の魅力が伝わらない。			8	
3つの視点のうち、1つ以上の視点が記載されていない。			4	
⑦ 令和5年度版パンフレットと異なる表現（デザイン）		「企業立地の優位性」、「住環境の優位性」、「千葉市の特色」について、令和5年度版千葉市企業立地パンフレットとは異なる表現（デザイン）がされており、千葉市の特長の要所を捉えている。	10	10
		「企業立地の優位性」、「住環境の優位性」、「千葉市の特色」について、令和5年度版千葉市企業立地パンフレットとは異なる表現（デザイン）を取り入れている。	8	
		「企業立地の優位性」、「住環境の優位性」、「千葉市の特色」について、令和5年度版千葉市企業立地パンフレットと表現（デザイン）が一部類似しているが、新たな表現（デザイン）も取り入れている。	6	
		「企業立地の優位性」、「住環境の優位性」、「千葉市の特色」について、令和5年度版千葉市企業立地パンフレットと表現（デザイン）が類似しており、目新しさが不足している。	4	
		「企業立地の優位性」、「住環境の優位性」、「千葉市の特色」について、令和5年度版千葉市企業立地パンフレットと表現（デザイン）が全く同じであり、目新しさが無い。	2	

業務遂行能力	⑧ プレゼンテーション、 表現力	提案内容全体を明確に理解することができた。	5	5
		提案内容全体を理解することができた。	4	
		提案内容全体をおおむね理解することができた。	3	
		提案内容全体を把握することがやや困難であった。	2	
		提案内容全体を把握することは困難であった。	1	
	⑨ ヒアリング対応	質問への回答は的確で、明確に理解できた。	5	5
		質問への回答は的確であった。	4	
		質問への回答はおおむね的確であった。	3	
		質問への回答がやや不明確であった。	2	
		質問への回答が不明確であった。	1	
	⑩ スケジュール管理	日単位、週単位の細かい具体的な工程表を用いて校正時期等の記載があり、実現可能性が非常に高い。	5	5
		月単位の具体的な工程表を用いて校正時期等の記載があり、実現可能性が高い。	4	
		工程表の記載があり、実現可能性がある。	3	
		最低限の記載があるが、工程表等の記載がなく、達成の見込みが低い。	2	
		記載が不十分である。	1	