

評 価 基 準

| 評 価 項 目 | | 配 点 | |
|----------------------------|-----------------------------------------------------------------------|------------|-----------|
| 業 務 遂 行 能 力 | 本業務の目的、趣旨を十分理解した提案を行っているか。 | 5 | 30 |
| | 事業スケジュールは具体的かつ適切か、業務実施体制は適切か。 | 10 | |
| | 現地関係者等の調整、通関等規制手続き、現地での市場動向・ニーズについて熟知しているか。 | 5 | |
| | 過去の業務実績は十分か。 | 10 | |
| 企 画 提 案 内 容 | ○事前セミナーの実施方針 | 10 | 60 |
| | 実施方針(参加事業者への助言、説明等の手法は適切か。) | 5 | |
| | 講師は欧州市場の動向・ニーズに精通するだけでなく、販路開拓のノウハウを有しており、県内事業者の理解と取り組み意欲が増すことが見込まれるか。 | 5 | |
| | ○テストマーケティングの実施方針 | 35 | |
| | テストマーケティングを実施する実店舗には十分な集客力があり、業務目的を達成できると認められるか。 | 5 | |
| | 事業者・商品の選定において、十分な公平性を確保した上で、支援するに相応しい事業者・商品を選定できる選定方法となっているか。 | 5 | |
| | テストマーケティングの実施方法は具体的かつ現実的か。 | 5 | |
| | 現地消費者向けPR・情報発信手法は適切か。 | 5 | |
| | 来店者等の反応及び販売データの収集・分析方法は、より多くの消費者の意見等を収集できるものとなっているか。 | 5 | |
| | 出品事業者への助言、説明等の手法、フォローアップの内容は適切か。 | 10 | |
| | ○展示会等の視察会の実施方針 | 10 | |
| | 視察会は、出品事業者の展示会等視察を通じて、現地市場進出にむけての意欲、理解が増す内容となっているか。 | 10 | |
| | ○報告会の実施方針 | 5 | |
| | 今後のフランス向け販売戦略や商品開発・改良等の指針となることが見込まれるか。 | 5 | |
| 経 費 | 事業費の見積額が内訳の積算を含めて適正であれば、以下の基準に従って採点する。 | 10 | 10 |
| | 6,683,600円～6,820,000円 … 6点 (98%<見積金額≤100%) | | |
| | 6,547,200円～6,683,600円 … 7点 (96%<見積金額≤98%) | | |
| | 6,410,800円～6,547,200円 … 8点 (94%<見積金額≤96%) | | |
| | 6,274,400円～6,410,800円 … 9点 (92%<見積金額≤94%) | | |
| | ～6,274,400円 … 10点 (見積金額≤92%) | | |
| 計 | 100 | 100 | |

※原則として各項目5段階評価とする。10点満点の配点箇所は5段階評価×2と計算する。

5:良い 4:やや良い 3:普通 2:やや悪い 1:悪い 失格:仕様を満たさない

※見積価格が委託上限額を上回るものは失格とする。

※審査委員の合計点を集計し、最高点のものを契約の相手方の候補(以下「被特定者」という。)とする。
ただし、全委員の評価点数の合計の平均点が6割に満たない場合は被特定者とししない。
また、提案者が1者の場合全委員の評価点数の合計の平均点が6割以上であるか評価し、被特定者を決定する。