

奈良の酒のブランディングによる誘客促進事業

| 審査項目 | | 審査基準 | 配点 | |
|--------|-----------------|---|--|-----|
| 業務遂行能力 | 業務理解度 | ・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 | |
| | 実施手順 | ・業務実施手順・業務スケジュールは適切であるか | 5 | |
| | 実施体制 | ・業務内容を実現するための適正な実施体制が具体的に示されているか | 5 | |
| 企画提案内容 | 旅行商品の造成・販売強化 | ・日本酒体験（酒蔵見学・試飲・ペアリング等）を組み込んだ旅行商品の造成方法が具体的であり、実現可能性が高く、旅行会社等への働きかけ方法が明確か。 ・旅行商品やタリフの収集および収集したタリフを活用した旅行商品の造成体制を提案しているか。 | 15 | |
| | | ・ウェブサイトへの掲載方法、ECサイトとの連携および国内外の旅行会社、ランドオペレーター、インバウンド旅行代理店等とのネットワークや連携方法が具体的に、販売促進効果が期待できるか。 ・商談会参加、個別商談、資料提供などの営業活動が具体的に、旅行商品の販売拡大につながる計画となっているか。 | 15 | |
| | 体験コンテンツの充実・受入体制 | ・ターゲット市場への効果的な発信力や訴求力がある事業者や人物を対象としたファミトリップ（FAMツアー）の企画が具体的に提案されているか。 | 10 | |
| | | ・日本酒の歴史や醸造文化等を体系的に学ぶことができ、訪日外国人旅行者に分かりやすく魅力を伝える視点や工夫を含む人材育成内容が提案されているか。 ・講師・プログラム構成・対象者などは具体的に提案されているか。 | 5 | |
| | プロモーション戦略 | ・SNSを活用した情報発信内容は、ターゲット市場への訴求力が高く、具体的に提案されているか。 | 5 | |
| | | ・ターゲット市場でのPR方法は、欧米市場への認知度拡大および訴求効果を期待できるものとして具体的に提案されているか。 ・前年度に制作したブランドイメージを適切に活用しているか。 | 15 | |
| | ウェブサイト運用・デジタル施策 | ・既存サイトを活用した情報発信、EC導線、コンテンツ強化等が具体的で実現性が高い提案をされているか。 | 5 | |
| | 効果測定・分析 | ・SNS・ウェブサイト等の利用者や利用傾向などのデータ分析や改善提案などの仕組みが具体的に提案されているか。 | 5 | |
| | 経費 | 経費見積 | ・経費の内訳、範囲が明確に示されており、経費の積算が提案内容に見合った妥当な金額となっているか。 | 10 |
| | 合計 | | | 100 |

提案者が2者以上ある場合は、各審査員による合計点が、満点の6割以上の者のうち最も高い点を獲得した者を契約候補者として選定します。

提案者が1者の場合は、各審査員による合計点が、満点の6割以上で、かつ審査員の合議により認められた者を契約候補者として選定します。