

## 令和8年度いせしませんぐう旅プロモーション業務 受託者選定要領

### 1. 目的

この要領は、「令和8年度いせしませんぐう旅プロモーション業務」を委託する者の決定にあたり、プロポーザル方式による企画提案の内容を公平かつ客観的に審査し、最適な受託者を選定するための方法について、必要な事項を定めるものである。

### 2. 選定業務

「令和8年度いせしませんぐう旅プロモーション業務 プロポーザル選定委員会」（以下「選定委員会」という。）は、以下により選定業務を行う。

### 3. 選定方法

(1) 選定委員会は、令和8年度いせしませんぐう旅プロモーション業務 プロポーザルに参加する者が提出した企画提案書、プレゼンテーションについて審査を行い、各委員は別紙「令和8年度いせしませんぐう旅プロモーション業務 受託者選定表」（以下「選定表」という。）を用いて採点する。  
(2) 選定委員会は、前項の規定により各委員が採点した結果に基づき、「4. 選定表の評価方法」に規定する評価方法により企画提案の順位を決定する。

### 4. 選定表の評価方法

(1) 各委員は末尾記載の令和8年度いせしませんぐう旅プロモーション業務 受託者選定基準（以下「選定基準」という。）に基づき、企画性、マーケティング、戦略性、実施体制、計画性及び経済合理性の各項目について、次の6段階で採点する。

なお、当プロモーションは、特に下記の項目を重視することとし、集計に当たっては各項目の点に2を乗じた値を集計に用いる。

#### 【重視する項目】

##### 「戦略性」

- ・ KGI/KPI の妥当性、中長期ロードマップ

##### 「企画性」

- ・ 統合型マーケティングコミュニケーション・実売導線
- ・ 伊勢志摩・周辺地域及び「いせしませんぐう旅」の認知拡大
- ・ 宿泊客数の増加と地域内周遊促進

##### 「経済合理性・独自提案」

- ・ 費用対効果、タイアップ施策及び広告収入確保の評価

## 【6段階評価】

- ①非常に優れている・・・5
- ②優れている・・・4
- ③普通・・・3
- ④やや不十分である・・・2
- ⑤不十分である・・・1
- ⑥記載がない・提案がない・・・0

(2) 各委員の採点合計は、次の方法で算出する。

採点合計＝戦略性+企画性（総合的マーケティングコミュニケーション・囲い込み）＋企画性（伊勢志摩・周辺地域及び「いせしませんぐう旅」の認知拡大）＋企画性（本事業のコンセプト）＋企画性（宿泊客数の増加と地域内周遊促進）+企画性（調査の妥当性）＋実施体制＋計画性＋経済合理性・独自提案

(3) 提出のあった企画提案書、プレゼンテーションについて、選定基準により個々に評価を行い、各委員の採点の総合計点が最も高い提案をしたものを最優秀受託候補者とする。

## 5. 最優秀提案の決定

(1) 選定委員会は、前項の規定により選定した結果、順位が1位の者を最優秀提案者として決定する。

(2) 最優秀提案者の決定については、当該提案にかかる各委員の採点の総合計点が出席委員の総配点（満点）の60%以上とする。この基準は提案者が一者となった場合も同様とする。

(3) 各委員の採点の総合計点が同点の場合は、出席委員の採決により決定するものとする。

令和8年度いせしませんぐう旅プロモーション業務  
受託者選定基準

評価項目	評価項目（詳細）	評価内容	配点
戦略性	中長期戦略、ロードマップの妥当性	<ul style="list-style-type: none"> <li>・5の(1)アに基づき、4カ年を見据えた戦略的な施策および論理的な KGI/KPI が提示されているか。</li> <li>・【企画提案段階】として提示された、詳細なターゲット像(行動特性・旅行ニーズ)の明確化や、長期滞在の阻害要因の抽出、および競合との差別化要因の明確化など、中長期のプロモーションを論理的に組み立てる戦略策定プロセスが網羅されているか。</li> </ul>	10点
企画性	統合型マーケティングコミュニケーション・実売導線	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ターゲット層に対し興味・関心を引く総合的かつ効果的な内容か。</li> <li>・旅札幌を用いた旅行商品造成や宿泊連携の仕組み、ポスターや動画の連動、広告・SNS から主要 OTA 特設ページ等へのダイレクト誘導・導線設計が、ターゲットの確実な宿泊予約に繋がっているか。</li> <li>・ターゲット層へ「長期滞在（連泊）」の魅力を経験的・効果的に訴求し、主要 OTA 等での連泊インセンティブと連動した実売導線が確保されているか。</li> </ul>	10点
	伊勢志摩・周辺地域及び「いせしませんぐう旅」の認知拡大	<ul style="list-style-type: none"> <li>・伊勢志摩・周辺地域や「いせしませんぐう旅」の認知拡大・交通広告等の活用に寄与する企画となっているか。</li> </ul>	10点
	本事業のコンセプト	<ul style="list-style-type: none"> <li>・内容全体が式年遷宮をテーマとしてつながりをもったものか。本事業のコンセプトやステートメントを踏まえたものか。</li> </ul>	5点
	宿泊客数の増加と地域内周遊促進	<ul style="list-style-type: none"> <li>・伊勢志摩・周辺地域の宿泊客数の増加(滞在日数の増加)と地域内周遊促進に寄与する企画となっているか。</li> </ul>	10点
	調査の妥当性	<ul style="list-style-type: none"> <li>・デジタル認知度調査の設計（設問・サンプル数・分析手法等）が客観的かつ適切か。</li> </ul>	

			5 点
実施体制	実施・連携体制、類似業務実績	<ul style="list-style-type: none"> <li>・本事業を受託するにあたっての社内体制や連絡体制は十分か。</li> <li>・過去に類似する事業の実績があり、十分な知識と経験を有しているか。</li> </ul>	5 点
計画性	スケジュール、実現可能性	<ul style="list-style-type: none"> <li>・全体スケジュールは具体的か。実現可能な提案か。</li> </ul>	5 点
経済合理性・独自提案	費用対効果、タイアップ施策および広告収入確保の評価	<ul style="list-style-type: none"> <li>・提案した KPI の達成に向け、予算配分および積算根拠が妥当、かつ費用対効果が高いか。</li> <li>・自社ネットワークや他クライアントとの連携、予算外施策等の「独自提案」が相乗効果をもたらす魅力的な内容か。</li> <li>・本事業の中長期的な自走・持続可能性を見据え、民間資金や広告収入の確保等に向けた自主財源獲得のための具体的かつ実現性の高い仕組みが提示されているか。</li> </ul>	10 点