

提案書評価基準

1 一次評価				2 評価の視点				配点比率					欠格			
大分類	評価項目	評価の着眼点	配点	評価	評価点	比率	配点	評価の着眼点	5	4	3	2		0		
									A	B	C	D	E			
業務請負実績	・本業務を実施するにあたって十分な業績を有しているか。 ・業務請負実績について、根拠が明確で客観的に確認が可能か。 ・ふるさと納税に関する業務請負実績があるか。 ア WE Bマーケティング、コンサルティング業務 イ ECサイトの運営業務（ただし、年間20億円以上の法人に限る。）又はふるさと納税による寄附受入額が年間20億円以上の地方公共団体のポータルサイト運営業務 ウ 検索連動型広告の運用業務	・本業務を実施するにあたって十分な業績を有しているか。 ・業務請負実績について、根拠が明確で客観的に確認が可能か。 ・ふるさと納税に関する業務請負実績があるか。 ※業務経歴書を提出する配置予定者で全ての業務請負実績を満たす場合を含む。 ア WE Bマーケティング、コンサルティング業務 イ ECサイトの運営業務（ただし、年間20億円以上の法人に限る。）又はふるさと納税による寄附受入額が年間20億円以上の地方公共団体のポータルサイト運営業務 ウ 検索連動型広告の運用業務	5	B	5	A	A、イ、ウの全ての業績を有し、それぞれ具体的・客観的に確認可能な成果をあげている。また、令和5年度以降にも該当する業務請負実績がある。加えて、ふるさと納税に関連した業務請負実績も有しており、業務実施にあたり、十分な業績を有していると判断できる。	A、イ、ウのうち、いずれか二つ以上の項目の業績を有し、それぞれ具体的・客観的に確認可能な成果をあげている。また、令和5年度以降に該当する業務請負実績がある。	A、イ、ウのうちのいずれかの項目だけが複数の業績を有しており、具体的・客観的に確認可能な成果をあげている。	A、イ、ウのうちいずれか一つの業績を有しており、具体的・客観的に確認可能な成果をあげている。	A、イ、ウのうちのいずれかの項目だけが複数の業績を有しており、具体的・客観的に確認可能な成果をあげている。	A、イ、ウのうちいずれか一つの業績を有しており、具体的・客観的に確認可能な成果をあげている。	いずれかの業績を有しているが、具体的・客観的な成果が確認できない。	業務実績なし		
															業務請負実績	
配置予定者の業務請負実績	・本業務を実施するにあたって十分な業績を有しているか。 ・業務請負実績について、根拠が明確で客観的に確認が可能か。 ・ふるさと納税に関する業務請負実績があるか。 ※業務経歴書を提出する配置予定者で全ての業務請負実績を満たす場合を含む。 ア WE Bマーケティング、コンサルティング業務 イ ECサイトの運営業務（ただし、年間20億円以上の法人に限る。）又はふるさと納税による寄附受入額が年間20億円以上の地方公共団体のポータルサイト運営業務 ウ 検索連動型広告の運用業務	・本業務を実施するにあたって十分な業績を有しているか。 ・業務請負実績について、根拠が明確で客観的に確認が可能か。 ・ふるさと納税に関する業務請負実績があるか。 ※業務経歴書を提出する配置予定者で全ての業務請負実績を満たす場合を含む。 ア WE Bマーケティング、コンサルティング業務 イ ECサイトの運営業務（ただし、年間20億円以上の法人に限る。）又はふるさと納税による寄附受入額が年間20億円以上の地方公共団体のポータルサイト運営業務 ウ 検索連動型広告の運用業務	10	B	10	A	配置予定者が、ア、イ、ウの全ての業績を有し、それぞれ具体的・客観的に確認可能な成果をあげている。また、令和5年度以降にも該当する業務請負実績がある。加えて、ふるさと納税に関連した業務請負実績も有しており、業務実施にあたり、十分な業績を有していると判断できる。	配置予定者が、ア、イ、ウのうち、いずれか二つ以上の項目の業績を有し、それぞれ具体的・客観的に確認可能な成果をあげている。また、令和5年度以降に該当する業務請負実績がある。	配置予定者が、ア、イ、ウのうちのいずれかの項目だけが複数の業績を有しており、具体的・客観的に確認可能な成果をあげている。	配置予定者がア、イ、ウのうちいずれか一つの業績を有しており、具体的・客観的に確認可能な成果をあげている。	配置予定者の業績が確認できない又は配置予定者に該当する業績がない。	配置予定者の業績が確認できない又は配置予定者に該当する業績がない。	配置予定者の業績が確認できない又は配置予定者に該当する業績がない。	配置予定者の業績が確認できない又は配置予定者に該当する業績がない。	配置予定者の業績が確認できない又は配置予定者に該当する業績がない。	
																配置予定者の業務請負実績
業務実施の確実性	寄附拡大に向けた本市の現状分析・全体戦略 ・総務省告示の内容等、ふるさと納税制度の趣旨及び制度内容を理解し、本市の寄附動向を踏まえた、寄附受入拡大に資する全体戦略となっているか。 ・本市の経費率の低減や、他都市の動向等も考慮した分析・戦略となっているか。 ・全体戦略は、具体性があり、実現可能なものであるか。	・総務省告示の内容等、ふるさと納税制度の趣旨及び制度内容を理解し、本市の寄附動向を踏まえた、寄附受入拡大に資する全体戦略となっているか。 ・本市の経費率の低減や、他都市の動向等も考慮した分析・戦略となっているか。 ・全体戦略は、具体性があり、実現可能なものであるか。	30	B	30	A	総務省告示等、ふるさと納税制度を理解し、本市の寄附動向を踏まえた、寄附受入拡大に向けた具体的な戦略が立てられている。加えて、本市が担うべき経費率の低減や他都市動向も考慮した分析・戦略に向けた確かな手段が提案され、当該戦略の現実が期待される。	総務省告示等、ふるさと納税制度を理解し、本市の寄附動向を踏まえ、ポータルサイトの機能を活かした対策が提案されている。	総務省告示等、ふるさと納税制度を理解し、本市の寄附動向を踏まえ、ポータルサイトの機能を活かした対策が提案されている。	総務省告示等、ふるさと納税制度を理解し、本市の寄附動向を踏まえており、全体戦略が立てられている。	総務省告示等、ふるさと納税制度を理解し、本市の寄附動向を踏まえており、全体戦略が立てられている。	総務省告示等、ふるさと納税制度を理解し、本市の寄附動向を踏まえており、全体戦略が立てられている。	総務省告示等、ふるさと納税制度を理解し、本市の寄附動向を踏まえており、全体戦略が立てられている。	・具体的な戦略は立てられているものの、本市の寄附動向に沿ったものではない。 ・具体的な戦略が確認できない提案である。	・平成31年総務省告示第179号及び「ふるさと納税の指定制度に係るQ&A」の規定に明らかに反している提案である。	
																寄附拡大に向けた本市の現状分析・全体戦略
	ふるさと納税ポータルサイト毎の対策	・ポータルサイトの特徴を把握し、ポータルサイトごとの特徴を活かした寄附受入拡大戦略となっているか。	・ポータルサイトの特徴を把握し、ポータルサイトごとの特徴を活かした寄附受入拡大戦略となっているか。	25	B	25	A	ポータルサイトの特徴を的確に捉え、本市の寄附動向を踏まえつつ、ポータルサイトの特徴を活かした具体的な対策がポータルサイト毎に提案されている。	ポータルサイトの特徴を的確に捉え、主要なポータルサイトにおいて本市の寄附動向を踏まえた対策が提案されている。	ポータルサイトの特徴を的確に捉え、主要なポータルサイトにおいて本市の寄附動向を踏まえた対策が提案されている。	ポータルサイトの機能を活かした対策が提案されている。	ポータルサイトの機能を活かした対策が提案されている。	ポータルサイトの機能を把握していない提案である。 ・本市の寄附動向にそぐわない提案である。 ・全体戦略と矛盾した提案である。			
															ふるさと納税ポータルサイト毎の対策	
	ポータルサイト等におけるプロモーション	・寄附受入拡大につながる戦略となっているか。 ・プロモーションに要する予算配分は適切か。 ・プロモーションの対象とする返礼品の選定は適切か。 ・プロモーション配信媒体の選定は適切か。 ・プロモーション配信計画は具体性があり、実現可能なものであるか。	・寄附受入拡大につながる戦略となっているか。 ・プロモーションに要する予算配分は適切か。 ・プロモーションの対象とする返礼品の選定は適切か。 ・プロモーション配信媒体の選定は適切か。 ・プロモーション配信計画は具体性があり、実現可能なものであるか。	25	B	25	A	プロモーションの対象とする返礼品は、本市の寄附動向や市況、時期等を踏まえて具体的に提案されており、配信媒体や配信計画も具体的である。また、ふるさと納税の必要と合わせた予算配分計画となっており、いづれも寄附拡大に向け、プロモーション効果も最大限発揮できることが期待される。	プロモーションの対象とする返礼品は、本市の寄附動向や市況を踏まえて提案されている。また、ふるさと納税の必要と合わせた予算配分計画となっており、提案された配信媒体も具体的である。	プロモーションの対象とする返礼品は、本市の寄附動向や市況を踏まえて提案されている。また、ふるさと納税の必要と合わせた予算配分計画となっており、提案された配信媒体も具体的である。	プロモーションの対象とする返礼品は、本市の寄附動向や市況を踏まえて提案されている。また、ふるさと納税の必要と合わせた予算配分計画となっており、提案された配信媒体も具体的である。	プロモーションの対象とする返礼品は、本市の寄附動向や市況を踏まえて提案されている。また、ふるさと納税の必要と合わせた予算配分計画となっており、提案された配信媒体も具体的である。	プロモーションの対象とする返礼品は、本市の寄附動向や市況を踏まえて提案されている。また、ふるさと納税の必要と合わせた予算配分計画となっており、提案された配信媒体も具体的である。	プロモーションの対象とする返礼品は、本市の寄附動向や市況を踏まえて提案されている。また、ふるさと納税の必要と合わせた予算配分計画となっており、提案された配信媒体も具体的である。	・プロモーションの対象とする返礼品の提案と予算配分が提案されているのみである。 ・全体戦略と矛盾した提案である。	
	SEO対策	・SEO対策の実施スケジュール及び方針は適切か。 ・本市の返礼品ページの現状や返礼品の特徴を的確に把握し、本市の寄附動向を踏まえて必要とされるSEO対策の優先度を具体的に示しているか。 ・ポータルサイト毎のSEO対策の方針が示されているか。	・SEO対策の実施スケジュール及び方針は適切か。 ・本市の返礼品ページの現状や返礼品の特徴を的確に把握し、本市の寄附動向を踏まえて必要とされるSEO対策の優先度を具体的に示しているか。 ・ポータルサイト毎のSEO対策の方針が示されているか。	10	B	10	A	ポータルサイトに掲載されている本市の返礼品ページの現状や返礼品の特徴を的確に把握し、本市の寄附動向を踏まえて必要とされるSEO対策の方針が示されている。	ポータルサイトに掲載されている本市の返礼品ページの現状や返礼品の特徴を的確に把握し、本市の寄附動向を踏まえて必要とされるSEO対策の方針が示されている。	ポータルサイトに掲載されている本市の返礼品ページの現状や返礼品の特徴を的確に把握し、本市の寄附動向を踏まえて必要とされるSEO対策の方針が示されている。	ポータルサイトに掲載されている本市の返礼品ページの現状や返礼品の特徴を的確に把握し、本市の寄附動向を踏まえて必要とされるSEO対策の方針が示されている。	ポータルサイトに掲載されている本市の返礼品ページの現状や返礼品の特徴を的確に把握し、本市の寄附動向を踏まえて必要とされるSEO対策の方針が示されている。	ポータルサイトに掲載されている本市の返礼品ページの現状や返礼品の特徴を的確に把握し、本市の寄附動向を踏まえて必要とされるSEO対策の方針が示されている。	最低限必要なSEO対策が提示されていない。 ・全体戦略と矛盾した提案である。		
																SEO対策
	SEO対策	・SEO対策指示書の対象とした品は、本市寄附動向等を考慮しているか。 ・具体的なイメージとして提案のあったSEO対策指示書が具体的に効果的な内容か。	・SEO対策指示書の対象とした品は、本市寄附動向等を考慮しているか。 ・具体的なイメージとして提案のあったSEO対策指示書が具体的に効果的な内容か。	15	B	15	A	ポータルサイトに掲載されている本市の返礼品ページの現状や返礼品の特徴を把握し、SEO対策の必要度が高い品を指示書作成の対象として選定している。SEO対策指示書は具体的に記述されており、指示内容も根拠がある内容であり、高い効果が期待できる。	ポータルサイトに掲載されている本市の返礼品ページの現状や返礼品の特徴を把握し、SEO対策の必要度が高い品を指示書作成の対象として選定している。SEO対策指示書は具体的に記述されており、第3者でも指示書に沿って修正が可能。	ポータルサイトに掲載されている本市の返礼品ページの現状や返礼品の特徴を把握し、SEO対策の必要度が高い品を指示書作成の対象として選定している。SEO対策指示書は具体的に記述されており、第3者でも指示書に沿って修正が可能。	SEO対策の必要性がある品を選定している。SEO対策指示書は具体的に記述されており、第3者でも指示書に沿って修正が可能。	SEO対策の必要性がある品を選定している。SEO対策指示書は具体的に記述されており、第3者でも指示書に沿って修正が可能。	SEO対策の必要性がある品を選定している。SEO対策指示書は具体的に記述されており、第3者でも指示書に沿って修正が可能。	対象とした品の選定根拠が曖昧であり、指示書の内容も抽象的である。 ・全体戦略と矛盾した提案である。		
																SEO対策
特集ページの企画提案	・特集記事のスケジュールは実現可能か。 ・テーマ選定は本市寄附動向や時機を適切に捉えているか。  ・提案された特集ページの企画は、具体的に寄附受入拡大に資する内容となっているか。	・特集記事のスケジュールは実現可能か。 ・テーマ選定は本市寄附動向や時機を適切に捉えているか。  ・提案された特集ページの企画は、具体的に寄附受入拡大に資する内容となっているか。	10	B	10	A	具体的な配信計画となっており、管理業務受託者の業務期間も考慮した現実的な計画が提案されている。本市寄附動向や返礼品の特徴を把握し、適切な時機を捉えた配信計画となっている。	具体的な配信計画となっており、管理業務受託者の業務期間も考慮した計画が提案されている。配信時期を考慮したテーマ選定となっている。	具体的な配信計画となっており、管理業務受託者の業務期間も考慮した計画が提案されている。配信時期を考慮したテーマ選定となっている。	具体的な配信計画となっており、管理業務受託者の業務期間も考慮した計画が提案されている。配信時期を考慮したテーマ選定となっている。	具体的な配信計画となっており、管理業務受託者の業務期間も考慮した計画が提案されている。配信時期を考慮したテーマ選定となっている。	具体的な配信計画となっており、管理業務受託者の業務期間も考慮した計画が提案されている。配信時期を考慮したテーマ選定となっている。	テーマも抽象的であり、ページ作成の期間を考慮されていない。 ・全体戦略と矛盾した提案である。			
															特集ページの企画提案	
メールマガジン配信テーマの設定	・年間の配信計画はふるさと納税市場や一般的な市況を踏まえたものとなっているか。 ・具体的なメールマガジン配信テーマの提案は、本市寄附動向及び時機を適切に捉えているか。	・年間の配信計画はふるさと納税市場や一般的な市況を踏まえたものとなっているか。 ・具体的なメールマガジン配信テーマの提案は、本市寄附動向及び時機を適切に捉えているか。	20	B	20	A	定期的な配信計画に加えて、配信計画は市況を踏まえたものとなっており、適切な時機に効果的なテーマを根拠をもって配信する計画の提案となっている。ふるさと納税市場の傾向や本市返礼品の強みを踏まえた計画にもなっており、配信による本市ふるさと納税ポータルサイトへのアクセス増が期待できる内容である。	定期的な配信計画であり、市況を踏まえたテーマ選定となっている。また、ふるさと納税市場の傾向を踏まえた計画にもなっており、本市返礼品を活かしたテーマ選定である。	定期的な配信計画であり、市況を踏まえたテーマ選定となっている。また、ふるさと納税市場の傾向を踏まえた計画にもなっており、本市返礼品を活かしたテーマ選定である。	定期的な配信計画であり、市況を踏まえたテーマ選定となっている。	定期的な配信計画であり、市況を踏まえたテーマ選定となっている。	定期的な配信計画であり、市況を踏まえたテーマ選定となっている。	発行計画が曖昧であり、実現性に乏しい。 ・全体戦略と矛盾した提案である。			
															メールマガジン配信テーマの設定	
横浜市ふるさと納税特設サイト（仮称）の効果的な運用	・本市の特設サイト活用方針を踏まえた取組策となっているか。 ・アクセス数の増加につながる取組方針が具体的に提示されているか。	・本市の特設サイト活用方針を踏まえた取組策となっているか。 ・アクセス数の増加につながる取組方針が具体的に提示されているか。	10	B	10	A	本市の特設サイト活用方針を理解したうえで、ページ内容の充実や特設サイトのアクセス数を増加させる取組を具体的に提示している。また、その内容が実現可能なものであり、効果が期待できるものである。	本市の特設サイト活用方針を理解したうえで、ページ内容の充実や特設サイトのアクセス数を増加させる取組を具体的に提示しており、実現可能なものである。	本市の特設サイト活用方針を理解したうえで、ページ内容の充実や特設サイトのアクセス数を増加させる取組を具体的に提示しており、実現可能なものである。	本市の特設サイト活用方針を理解した取組策となっている。ページ内容の充実を図る提案があり、アクセス数の増加につながる取組方針が示されている。	本市の特設サイト活用方針を理解した取組策となっている。ページ内容の充実を図る提案である。	本市の特設サイト活用方針を理解した取組策となっている。ページ内容の充実を図る提案である。	本市の特設サイト活用方針を理解しているとはいいがたい提案である。			
															横浜市ふるさと納税特設サイト（仮称）の効果的な運用	
経費等	・プロモーション費用の内訳が明確に示されているか。 ・適切な経費配分となっているか。 ・目標寄附金額が適切か。	・プロモーション費用の内訳が明確に示されているか。 ・適切な経費配分となっているか。 ・目標寄附金額が適切か。	10	B	10	A	プロモーション媒体の選定と予算配分が、ふるさと納税の市場動向を適切に捉えており、十分に効果を発揮できる配分となっている。また、目標寄附金額が適切であり、達成するために必要なプロモーション経費になっている。	プロモーション媒体の選定と予算配分が明確に示されており、適切な経費配分となっている。また、目標寄附金額の設定は一般的である。	プロモーション媒体の選定と予算配分が明確に示されており、適切な経費配分となっている。また、目標寄附金額の設定は一般的である。	プロモーション媒体の選定と予算配分が明確に示されており、適切な経費配分となっている。また、目標寄附金額の設定は一般的である。	プロモーション媒体の選定と予算配分が明確に示されており、適切な経費配分となっている。また、目標寄附金額の設定は一般的である。	プロモーション媒体の選定と予算配分が明確に示されており、適切な経費配分となっている。また、目標寄附金額の設定は一般的である。	プロモーションに係る予算配分が明確に示されている。目標寄附金額は設定されているが、実現可能性が低い。	・プロモーション費用が下限額以下である。 ・業務委託料が予算額を超過している。		
															経費等	
その他	提案者の企画立案による業務 ・提案書に独自の提案がされており、本市の寄附受入額の増に資する提案が示されているか。また、その提案は、実現可能なものか。 ・提案内容は、まちや産業の魅力を広く発信するシティブロモーションを行うとともに、ポータルサイトへのアクセス数の増加、転換率の向上、寄附単価の上昇を目的とした効果的なプロモーションであるか。	・提案書に独自の提案がされており、本市の寄附受入額の増に資する提案が示されているか。また、その提案は、実現可能なものか。 ・提案内容は、まちや産業の魅力を広く発信するシティブロモーションを行うとともに、ポータルサイトへのアクセス数の増加、転換率の向上、寄附単価の上昇を目的とした効果的なプロモーションであるか。	15	B	15	A	まちや産業の魅力を広く発信するシティブロモーションを行うとともに、アクセス数増加、転換率の向上、寄附単価の上昇に向けたプロモーションに関する取組が具体的に提案されており、実現可能な提案である。また、複数の提案がなされており、いづれも本市寄附受入額の増加に資するものであるとともに、実現可能な提案である。	まちや産業の魅力を広く発信するシティブロモーションを行うとともに、アクセス数増加、転換率の向上、寄附単価の上昇に向けたプロモーションに関する取組が具体的に提案されており、実現可能な提案である。	まちや産業の魅力を広く発信するシティブロモーションを行うとともに、アクセス数増加、転換率の向上、寄附単価の上昇に向けたプロモーションに関する取組が具体的に提案されており、実現可能な提案である。	まちや産業の魅力を広く発信するシティブロモーションを行うとともに、アクセス数増加、転換率の向上、寄附単価の上昇に向けたプロモーションに関する取組が具体的に提案されており、実現可能な提案である。	まちや産業の魅力を広く発信するシティブロモーションを行うとともに、アクセス数増加、転換率の向上、寄附単価の上昇に向けたプロモーションに関する取組が具体的に提案されており、実現可能な提案である。	まちや産業の魅力を広く発信するシティブロモーションを行うとともに、アクセス数増加、転換率の向上、寄附単価の上昇に向けたプロモーションに関する取組が具体的に提案されており、実現可能な提案である。	提案なし。 ・本市寄附受入額の増加に資する提案であることを確認できない。 ・実現可能性が疑われる提案である。 ・書面又は対面を実施するプロモーション提案である。			
															その他	
提案者の企画立案による業務	・提案書に独自の提案がされており、本市の寄附受入額の増加に資する提案が示されているか。また、その提案が実現可能なものか。 ・提案内容は、自らが返礼品化を実現することを前提として返礼品提供事業者と調整する返礼品開発の提案であるか。また、その提案が実現可能なものであるか。	・提案書に独自の提案がされており、本市の寄附受入額の増加に資する提案が示されているか。また、その提案が実現可能なものか。 ・提案内容は、自らが返礼品化を実現することを前提として返礼品提供事業者と調整する返礼品開発の提案であるか。また、その提案が実現可能なものであるか。	15	B	15	A	本市寄附動向や市場の流行、提案者が有する独自のノウハウやアイデアを駆使し、提案者自らが返礼品事業者との調整を経て返礼品化を行うプロセスが具体的に確認でき、返礼品化を実現する可能性が極めて高い提案である。	本市寄附動向や市場の流行、提案者が有する独自のノウハウやアイデアを駆使し、提案者自らが返礼品事業者との調整を経て返礼品化を行うプロセスが具体的に確認でき、返礼品化の実現可能性が感じられる提案である。	本市寄附動向や市場の流行、提案者が有する独自のノウハウやアイデアを駆使し、提案者自らが返礼品事業者との調整を経て返礼品化を行うプロセスが具体的に確認でき、返礼品化の実現可能性が感じられる提案である。	本市寄附動向や市場の流行、提案者が有する独自のノウハウやアイデアを駆使し、提案者自らが返礼品事業者との調整を経て返礼品化を行うプロセスが具体的に確認でき、返礼品化の実現可能性が感じられる提案である。	本市寄附動向や市場の流行、提案者が有する独自のノウハウやアイデアを駆使し、提案者自らが返礼品事業者との調整を経て返礼品化を行うプロセスが具体的に確認でき、返礼品化の実現可能性が感じられる提案である。	本市寄附動向や市場の流行、提案者が有する独自のノウハウやアイデアを駆使し、提案者自らが返礼品事業者との調整を経て返礼品化を行うプロセスが具体的に確認でき、返礼品化の実現可能性が感じられる提案である。	提案なし。 ・提案があった返礼品候補が地産品基準を満たさないことが明白である。 ・返礼品化に向けた調整プロセスが不明瞭又は根拠のないものであり、実現可能性が感じられない提案である。			
															提案者の企画立案による業務	
業務ビジョン・将来展望	仮に、本業務を今後3か年継続して受託することを想定した提案に対し、以下の観点で評価する。 ・本市寄附動向を踏まえた適切な寄附受入目標となっているか。 ・寄附受入拡大に向けた目標での計画提案があるか。 ・本市寄附動向や経費率等を踏まえ、寄附受入拡大を見据えた具体的なかつ実現可能な方針を立てられているか。 ・中長期的な方針を踏まえて、本業務における戦略構築を行っているか。	仮に、本業務を今後3か年継続して受託することを想定した提案に対し、以下の観点で評価する。 ・本市寄附動向を踏まえた適切な寄附受入目標となっているか。 ・寄附受入拡大に向けた目標での計画提案があるか。 ・本市寄附動向や経費率等を踏まえ、寄附受入拡大を見据えた具体的なかつ実現可能な方針を立てられているか。 ・中長期的な方針を踏まえて、本業務における戦略構築を行っているか。	25	B	25	A	本市の現状、寄附動向、市況、経費率を踏まえた今後3か年のプロモーション戦略及び業務計画が具体的にあり、本業務に係る提案もそれらと整合が図られ、仮に提案の計画を実施した場合、いづれも着実に寄附受入額を増やせることが期待できる。提案の寄附受入目標も計画の実施により達成できることが期待され、その算出根拠も明白である。	本市の現状、寄附動向、市況、経費率を踏まえた今後3か年のプロモーション戦略及び業務計画の提案がされており、本業務に係る提案もそれらと整合が図られている。寄附受入目標も計画の実施により達成できることが期待される。	本市の現状、寄附動向、市況、経費率を踏まえた今後3か年のプロモーション戦略及び業務計画の提案がされており、本業務に係る提案もそれらと整合が図られている。寄附受入目標も計画の実施により達成できることが期待される。	本市の現状、寄附動向、市況、経費率を踏まえた今後3か年のプロモーション戦略及び業務計画の提案がされており、本業務に係る提案もそれらと整合が図られている。寄附受入目標も計画の実施により達成できることが期待される。	本市の現状、寄附動向、市況、経費率を踏まえた今後3か年のプロモーション戦略及び業務計画の提案がされており、本業務に係る提案もそれらと整合が図られている。寄附受入目標も計画の実施により達成できることが期待される。	令和9年度の寄附受入目標額が明示されていない。 ・寄附受入目標額が現実的でない、又は現状から伸びない。 ・寄附受入目標額の算定の考え方に対する説明がない。 ・計画に連続性が確認できない。 ・本市寄附動向を踏まえていない計画である。				
														業務ビジョン・将来展望		
WLB	〇次世代育成支援対策推進法に基づく一般事業主行動計画を策定している場合（従業員101人未満の場合のみ加算） 〇女性の職業生活における活躍の推進に関する法律に基づく一般事業主行動計画を策定している場合（従業員101人未満の場合のみ加算） 〇①次世代育成支援対策推進法による認定（くるみマーク、プチくるみマーク）の取得、又は、②女性の職業生活における活躍の推進に関する法律に基づく認定（えんじ）の取得、又は、よこはまグッドバランス企業認定の取得をしている場合 〇青少年の雇用の促進等に関する法律に基づくユースエール認定の取得をしている場合 〇障害者雇用促進法に基づく法定雇用率2.5%を達成している場合（従業員40.0人未満の場合のみ加算） 〇③健康経営銘柄、健康経営優良法人を取得している、又は、④横浜健康経営認証のAAAクラス若しくはAAクラスの認証を受けている場合	〇次世代育成支援対策推進法に基づく一般事業主行動計画を策定している場合（従業員101人未満の場合のみ加算） 〇女性の職業生活における活躍の推進に関する法律に基づく一般事業主行動計画を策定している場合（従業員101人未満の場合のみ加算） 〇①次世代育成支援対策推進法による認定（くるみマーク、プチくるみマーク）の取得、又は、②女性の職業生活における活躍の推進に関する法律に基づく認定（えんじ）の取得、又は、よこはまグッドバランス企業認定の取得をしている場合 〇青少年の雇用の促進等に関する法律に基づくユースエール認定の取得をしている場合 〇障害者雇用促進法に基づく法定雇用率2.5%を達成している場合（従業員40.0人未満の場合のみ加算） 〇③健康経営銘柄、健康経営優良法人を取得している、又は、④横浜健康経営認証のAAAクラス若しくはAAクラスの認証を受けている場合	5	B	5	A	いづれか一つ以上を満たす。						いづれも満たさない。			
															WLB	
一次評価合計				250		合計	250									

2 二次評価

業務連携体制	<ul style="list-style-type: none"> <li>・業務を遂行できる組織体制、人員の提案となっているか。</li> <li>・本市、管理業務受託者との役割分担が明確で、戦略を実施するためのスケジュール等に問題がないか。</li> <li>・本市や管理業務受託者と密に連携し、本市の寄附獲得に向けた円滑な取組が展開できるか。</li> <li>・対面やオンラインなどの複数の手法により、常時、本市と柔軟かつ円滑なコミュニケーションが図られる体制が構築できているか。</li> </ul>	20				4	20	<ul style="list-style-type: none"> <li>・業務を遂行できる組織体制、人員の提案となっているか。</li> <li>・本市、管理業務受託者との役割分担が明確で、戦略を実施するためのスケジュール等に問題がないか。</li> <li>・本市や管理業務受託者と密に連携し、本市の寄附獲得に向けた円滑な取組が展開できるか。</li> <li>・対面やオンラインなどの複数の手法により、常時、本市と柔軟かつ円滑なコミュニケーションが図られる体制が構築できているか。</li> </ul>	<p>業務を実施するにあたり、十分な組織体制である。また、業務内容及び自らの役割を十分に理解している。本市及び管理業務受託者の業務も考慮した提案となっており、3者が密に連携を図れることが期待できる。加えて、本市とも、様々な手法で、常時柔軟かつ円滑なコミュニケーションを図ることができる。</p>	<p>業務を実施するにあたり十分な組織体制である。業務内容及び自らの役割を十分に理解している。本市及び管理業務受託者との連携も問題ない。加えて、本市とも、様々な手法で、柔軟かつ円滑なコミュニケーションを図ることができる。</p>	<p>業務を実施できる組織体制である。業務内容及び自らの役割を理解している。管理業務受託者との連携は本市を介すものである。</p>	/	<ul style="list-style-type: none"> <li>・本市の求める業務遂行に対応できる体制とは考えにくい。</li> <li>・自らの役割を理解できていない。</li> <li>・ミーティングでのみ顔を合わせる、又は対面での協議体制が確立できない等、円滑なコミュニケーションが困難なことが想定される。</li> </ul>	/
プレゼンテーション・ヒアリング	<ul style="list-style-type: none"> <li>・提案書に記載された内容や本市の事業目的、方向性を踏まえたプレゼンテーションとなっているか。</li> <li>・質問の意図・目的を理解し、的確かつ信頼できる内容で回答がなされたか。</li> <li>・一連の説明に説得力があり、各提案項目の説明がわかりやすいか。</li> </ul>	30				6	30	<ul style="list-style-type: none"> <li>・提案書に記載された内容や本市の事業目的、方向性を踏まえたプレゼンテーションとなっているか。</li> <li>・質問の意図・目的を理解し、的確かつ信頼できる内容で回答がなされたか。</li> <li>・一連の説明に説得力があり、各提案項目の説明がわかりやすいか。</li> </ul>	<p>プレゼンテーションの内容は提案書と相違なく行われ、質問の意図・目的を理解し、的確かつ信頼できる内容で回答がなされた。また、一連の説明に根拠と説得力があり、各提案項目がわかりやすく説明がなされており、提案内容の実施が期待できる説明であった。</p>	/	<p>プレゼンテーションの内容は提案書と相違なく行われ、質問の意図・目的を理解し回答がなされた。また、各提案項目がわかりやすく説明がなされていた。</p>	<p>プレゼンテーションの内容は提案書と相違なく行われ、質問の意図・目的を理解し回答がなされたが、提案内容の実施に疑義が生じる説明であった。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・提案書と異なるプレゼンテーションがあった。</li> <li>・質問の意図・目的と異なる回答がなされた。</li> <li>・一連の説明に説得力がない。</li> <li>・提案内容の実施が困難と想起される説明があった。</li> </ul>	/

二次評価合計	50				合計	50
一次評価、二次評価総計	300					

①評価項目、評価の重数等について、評価欄A～Eの評価を行う。  
 ②評価点については、評価欄A～Eに記載された点数を用いる。  
 ③一次審査では、提案書の内容に基づき審査委員会を行う審査員を決定する。二次審査ではヒアリングを実施し、一次評価と二次評価の総計により評価を行う。  
 ④委員5人の総合評価点が高い者を決定する。（100点満点（5人分））。合計点数が最も高いものが選ばれる場合は、委員の多数決により決定する。それでも決しない場合は委員が決定する。