

公募型プロポーザル募集要領

1. 業務名

ながおしデジタルマーケティング活用推進事業業務

2. 業務の概要

別添仕様書のとおり

3. プロポーザルの日程

日 程	内 容
令和7年3月 26 日(水)	公募開始
令和7年4月 9日(水)	参加表明書提出期限
令和7年4月 30 日(水)	企画提案書提出期限
令和7年5月中旬	企画提案書審査 審査結果通知

4. 予算額

35,343千円(消費税及び地方消費税を含む。)を上限とする。

見積書において経費の内訳を示すこと。

5. 企画提案書の作成及び提出

(1)提出書類

別添企画提案書作成要領により作成した企画提案書

(2)提出部数

企画提案書7部、企画提案概要書7部、見積書1部を提出してください。

(3)提出方法

持参または郵送(書留)とする。なお、郵送の場合は、到着を確認すること。

持参の場合は、県の閉庁日を除く平日の午前9時から午後5時までの間に提出してください。

(4)提出期限

令和7年4月 30 日(水)(必着)

この期限までに必要書類のすべての提出がないものは、受け付けることができませんのでご注意ください。

(5)提出先

〒850-8570 長崎県長崎市尾上町3-1

長崎県 文化観光国際部 物産ブランド推進課 国内班

担当:百岳(ヒャクタケ) TEL:095-895-2623

(6)受理の通知

提出いただいた書類が期限までに到着し受付けたときは、提出者に対して書類が到着したことを電話またはメールでお知らせします。

(7) 留意事項等

- ア 企画提案書は1者1提案とします。
- イ 企画提案書を受理した後の追加及び修正は認めません(長崎県が補正等を求める場合を除く)。
- ウ 厳格に審査するため、企画提案書には、会社名など提案者が特定される情報は記載しないください。

6. 質疑及び回答

質疑がある場合は電子メールで令和7年4月9日(水)まで受け付けます。

なお、正確を期すため、電子メール送信後、電話により受信を確認してください。

質疑と回答の内容は、原則としてプロポーザル参加者全員に回答します。

これまでの分析データは原則として参加資格を得た者に開示を行います。企画提案書作成に必要なデータ項目があれば令和7年4月9日(水)までに申出ください。

なお、3月28日(金)に説明会をオンライン会議にて実施しますので、質疑はそちらでも受け付けます。

(メールアドレス)s38040@pref.nagasaki.lg.jp

7. 審 査

(1) 審査の方法

- ア (2)の審査基準に基づき、審査委員会による審査を行い、最優秀提案者と次点者を選定します。ただし、最高点の者が複数者いる場合は、提案金額の安価な者を最優秀提案者、提案金額が同一の場合には「1.業務内容に関する提案」における点数が上位の者を最優秀提案者とします。なお、「1.業務内容に関する提案」の点数も同一であった場合には、審査委員合議のうえこれを決定します。
- イ 審査は、プロポーザル参加資格を得た者で企画提案書を提出した者を対象としたプレゼンテーション審査により行います。プレゼンテーション審査の日時については、対象者に対し後日連絡します。
- ウ 最優秀提案者は特別の理由がない限り、契約交渉の相手方に決定します。

(2) 審査基準

審査項目		審査内容	配点
1. 業務内容に関する提案	① “デジタルマーケティング”ブランドによる長崎県産品の魅力発信に向けた企画提案内容	<u>I. マーケティング戦略構築</u> ● 全体として「美食と絶景の街、長崎。」のコンセプトのもと、既存のトンマナを活かした世界観を表現できているか。 ● 共通のブランドイメージ・ターゲットのもと、EC サイト・WEB サイト・SNS それぞれが連動した全体戦略設計を提案できているか。 ● 特に、EC マーケティング戦略は EC モール内での集客を前提とした設計とするが、Web サイトや SNS を活用した効果的な誘導についても言及できているか。	15
		<u>II. 公式 EC サイトの構築</u> ● 楽天市場や Yahoo!ショッピングに県公式 EC サイトを開設するにあたって、それぞれの EC モールに適した EC マーケティング戦略やデザイン構築について提案ができているか。 ● EC 販売額における KPI を達成できるような事業計画を立てられているか。 ● ターゲットに適した出品商品選定基準や方向性について提案ができているか。	15
		<u>III. EC マーケティングの実施</u> ● EC モール内で集客を目的としたターゲティング広告について企画提案ができているか。 ● 商戦期に応じて、県公式 EC サイトの認知が高まるようなキャンペーンを提案されているか。 ● プロモーションの実施においては各 EC サイトの訪問者 (UU)数の合計が 170,000 人以上を目標とし、年間シミュレーション値について提案ができているか。 ● ターゲティング広告やキャンペーン実施においては、企画する媒体に応じた KPI を設定し提案ができているか。	10

		<u>IV. Web サイトの運営</u> ● 現在のWeb デザインを活かしながら、サイト訪問者(UU)数を最大化できるような企画を講じられているか。 ● ユーザーニーズに応じた企画として、各7地域的美食が巡れるようなモデルコース記事を新規開発し、提案できているか。 ● Microsoft Clarity 等の分析データに基づき、より良いUI/UX 設計について提案ができているか。	10
		<u>V. SNS の運用</u> ● “ながおし”の世界観を活かしつつ、効果的にターゲットに届くようなデザイン設計及び投稿計画ができているか。 ● SNS から EC サイトへの誘導を強化できるようなキャンペーンを企画できているか。 ● キャンペーン企画においては、企画に応じた KPI を設定し提案がされているか。 ● EC サイト運用開始後は、投稿をみたターゲットがシームレスに購買へ移行できるよう、Instagram のショッップ機能を追加し、本機能を活用できるような投稿企画について提案ができているか。	10
		<u>VI. 長崎県産品応援店キャンペーンの実施</u> ● Web サイトや SNS をみた首都圏・関西圏を中心としたターゲットが、実際に長崎の食を体験できるような応援店や応援店『極』を活用したキャンペーンを企画し提案できているか。 ● 応援店・応援店『極』を利用したターゲットが SNS に投稿したくなるような企画とし、SNS を中心としたデジタル上で“ながおし”ブランド全体が盛り上がるような仕組みが構築されているか。 ● 応援店『極』における特別な企画が提案されているか。 ● キャンペーン周知においては meta 広告等も活用しつつ、参加店舗の来店客にも訴求できるようなツール(ポスター・POP 等)について企画提案されているか。 ● キャンペーン周知においては、媒体別に KPI を設定し提案されているか ● 目標とする参加人数やターゲットの参加率が高くなるような賞品とその本数について提案されているか。	10

		VII. Web/SNS マーケティングの実施 ● Web サイトへの訪問者数が 140,000 人以上とするために効果的な広告(媒体は問わない)を企画されているか。 ● 広告は、ターゲットにブランドコンセプト『美食と絶景の街、長崎。』が適切に訴求できる内容となっているか。 ● 広告を作成するにあたって、企画する媒体に応じた KPI(サイト訪問者等)を設定し提案を行っているか。 ● 広告の配信は、設定したターゲットに対し、広告効果(Web サイト訪問者数の増加、SNS のフォロワー増加など)が最大となることを目指し、本業務の事業効果の最大化を図るため最適と考えられる媒体(複数媒体の組み合わせも可)を選定の上、提案されているか。 ● 広告配信やデジタルマーケティング実施に関する企画・仮説・検証は、過去の蓄積したデータも踏まえた提案となっているか。	10
	②業務実施スケジュール	● 円滑な業務実施が可能なスケジュールとなっているか。(スケジュールに無理はないか。)	5
2. 業務実績		● 過去に同種または類似の業務を実施した実績があるか。	5
3. 業務実施体制		● 業務実施体制について、具体的かつ明確に記述されているか。 ● 業務を適切に実施するために必要な経験等を有するスタッフの配置体制が確保されているか。	5
4. 提案金額		● 価格点の算定式 満点(5 点)×各提案者の提案金額のうち最低の額÷自社の提案金額(ただし、小数点以下を切り捨て)	5
合計 100 点			

※ 審査項目1から3までの評価方法は、A、B、C、D、Eの5段階評価とし、項目ごとの配点に評価に応じて評点を算出します。

(満点＝95 点、端数がある場合は、小数点以下第2位を四捨五入)

※ 審査項目1から3までにおいて、以下に該当する場合は、その企画提案書は不採択とします。

- ・ 全審査委員の評点の平均点が 47.5 点未満の場合
- ・ 審査内容ごとの評価において、全審査委員の半数以上が1項目でもE評価とした場合

評 価	評 点
A(たいへん優れている)	項目の配点 × 1.0

B(優れている)	項目の配点 × 0.8
C(普通)	項目の配点 × 0.6
D(やや劣っている)	項目の配点 × 0.4
E(劣っている)	項目の配点 × 0.2

(3) 審査結果

契約交渉の相手方が決定した後、審査結果は採択の如何に関わらず、全応募者に通知します。

(4) 審査対象からの除外(失格事由)

次のいずれかに該当した場合は、提案審査の対象から除外するとともに、別途、入札に準じて入札参加停止等の措置を講じることとします。

- ア 審査委員に対して、直接、間接を問わず、故意に接触を求めること。
- イ 他の提案者と応募提案の内容又はその意思について相談を行うこと。
- ウ 事業者選定終了までの間に、他の応募提案者に対して応募提案の内容を意図的に開示すること。
- エ 応募提案書類に虚偽の記載を行うこと。
- オ その他選定結果に影響を及ぼすおそれのある不正行為を行うこと。

8. 契約手続

- (1) 委託業務の実施に際して、企画提案の内容をそのまま実施することを約束するものではありません。選定後には、最優秀提案者と長崎県は、企画提案の内容をもとにして、業務の履行に必要な具体の履行条件などの協議と調整(以下、「交渉」という。)を行います。この際、内容・金額について変更が生じる場合があります。
- (2) 交渉が調ったときには、随意契約の手続きに進みます。交渉が調わない場合は、審査の結果次点とされた者が、改めて長崎県と交渉を行うこととなります。
- (3) 契約金額の支払いについては、精算払いとします。
- (4) 交渉の相手方が、交渉の相手方として決定した日から契約締結の日までの間において、本件への参加資格を失った場合は、契約を締結しません。

9. 提出書類の取扱

- (1) 提出された書類は返却しません。
- (2) 提出された書類は、必要に応じ複写します(長崎県及び審査委員会での使用に限る)。
- (3) 契約者以外の企画提案の内容について、提案者の承諾なしに利用することはありません。

10. 問い合わせ先

長崎県 文化観光国際部 物産ブランド推進課 国内班
 担当:百岳(ヒャクタクエ)
 TEL:095-895-2623
 E-mail:s38040@pref.nagasaki.lg.jp

11. その他

- (1) 参加表明書提出後に辞退する場合は、辞退理由等を記載した辞退届(任意様式)を提出してください。辞退することによって、今後の長崎県との契約等について不利益な取扱いをするものではありません。
- (2) 企画提案書の作成経費等、本プロポーザルへの参加に要するすべての費用は、提案者の負担とします。
- (3) 7(4)に加え次の各号に該当した場合、提案者は失格になる場合があります。
 - ア 提出書類に不備があった場合、または指示した事項に違反した場合
 - イ 審査委員、長崎県職員または本プロポーザル関係者に対して、本プロポーザルに関わる不正な接触の事実が認められた場合
- (4) 本業務の実施にあたっては、長崎県と十分な調整を行うこととします。
- (5) 仕様書は、審査の結果選定された最優秀提案者と長崎県が別途協議・調整のうえ、変更することができます。
- (6) 本事業を円滑に遂行するため、長崎県は受注者に対して、業務の進捗状況について報告を求めることができます。
- (7) 本委託業務により生まれた著作権等の知的財産の二次利用については、長崎県との協議に応じることとします。