

審査項目	審査基準	配点
①企画提案の概要 (10点)	(1)本業務の社会的背景・目的の理解 単に温泉地の紹介にとどまらず、「第一想起の輪に食い込めていない」という本県の厳しい現実と課題の本質を的確に捉えているか。	5
	(2)基本方針及びアプローチの全体像 従来型の勘・経験に頼った戦術ではなく、EBPMをどのように業務全体へ一貫して取り入れるか。	5
②現状把握・比較分析・価値整理 (フェーズ1)に係るプロセス及びアプローチ手法(45点)	(1)現状把握におけるリサーチ計画 旅行者が本県温泉地を「なぜ除外したか」「なぜ選んだか」の本音(行動と心理)をあぶり出すリサーチ手法が具体的かつ有効か。	15
	(2)競合温泉地との比較分析 他県の競合温泉地をどうベンチマークし、客観的なデータに基づいて本県が「本当に勝てる」差別化軸をどう導き出すか。	15
	(3)県内温泉資源の棚卸しと体系化 県内温泉地の多様な「強み」と「文脈」を客観的に再整理・棚卸しするプロセスが明確か。	15
③STP戦略立案・事業設計(フェーズ2)に係る立案手法及び設計アプローチ (30点)	(1)STP戦略における提供価値の定義手法 旅行者が県内の温泉地を訪れるべき「本質的な理由(なぜそこでなければならないのか)」や「滞在を通じたライフスタイルの変容(体験価値)」へ昇華する、STP戦略の立案アプローチが論理的かつ斬新か。	15
	(2)次年度以降に向けた事業設計 定義した本県温泉地の立ち位置と独自の提供価値が「本当に効果があるか」を客観的なデータでどう証明するかの事業設計が具体的か。	15
④業務実施体制・スケジュール(10点)	(1)実施体制および役割分担 データ収集や分析、観光マーケティング等の高度な専門スタッフが適切に配置されているか。	5
	(2)詳細工程計画および進行管理 令和9年3月19日(金)までの業務期間から逆算された、各フェーズのタイムラインが緻密かつ現実的か。	5
⑤本事業に類似した事業の実績(5点)	(1)同種・類似業務の遂行実績 過去5年間に、官公庁・自治体・DMO等において、本事業と同規模あるいは類似するマーケティング戦略立案や事業設計を行った確かな実績を有しているか。	5

合計	100
----	-----