令和７年度デジタル広告を用いた戦略的広報業務委託に係るプロポーザル審査基準

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 評価項目 | 審査の視点・ポイント等 | 配点 |
| （１）全体の広告費 | ・広告媒体に支払う広告費の総額はいくらか。  ・より多くの金額が配分されているか  （下限７００万円） | ５ |
| （２）テーマに応じた広告の企画 | ・ターゲティングや広告媒体、ランディングページ等の提案は各テーマの広報目的を効果的に達成するものか。 | １０ |
| ・広告デザイン及び広告文は、閲覧者がクリックしたくなるデザインや工夫が施されているか。 | ５ |
| ・ランディングページ等におけるタグの埋め込みやGoogleアナリティクス上でのイベントトラッキングの設定等の提案は、広告の効果測定や出稿期間中の柔軟なターゲティング変更に効果的か。  ・リターゲティングリストの提案は、次回以降の出稿に効果的に活用できる内容か。 | ５ |
| （３）閲覧情報の整理・分析 | ・広告出稿終了後の効果測定レポートは詳細かつ今後の事業展開に有用な内容か。 | １０ |
| （４）デジタルプロモーションの実績 | ・業務実績が十分であり、高い業務遂行能力及び確実な事業実施が見込まれるか。 | ５ |
| （５）事業スケジュール及び事業実施体制 | ・事業スケジュールは、打ち合わせ、ターゲティング、タグの埋め込み、イベントトラッキングの設定、リターゲティングリストの設定、広告製作・校正、出稿、出稿一週間後報告・分析・助言、出稿内容調整、結果・改善案の報告やアフターフォローという流れがスムーズに展開されるものとなっているか。  ・10テーマ程度を出稿することを踏まえ、複数のテーマを同時期に出稿するような場合においても、スムーズに展開されるものとなっているか。  ・提案者の組織体制は、事業スケジュールを含め、提案した業務を確実に実行できる体制か。 | ５ |
| （６）追加提案 | ・本事業の効果を高める追加提案があるか。 | ５ |
| 合計 | | ５０ |