

## 評価基準（家庭における省エネ・脱炭素アクション推進業務）

評価項目	仕様書 該当箇所	評価の視点	配点	係数	評価点				
					A	B	C	D	E
業務等の理解度			16						
事業目的の理解度・企画全体	4、5	事業の背景や目的を十分に理解し、仕様書の趣旨に沿った内容であるか。（企画の内容が対象者や目的（省エネ・脱炭素行動の実践・定着）を踏まえたものとなっているか。）	16	4	16	12	8	4	0
デジタルコンテンツを活用した行動促進及びポイント等付与			100						
全体設計の妥当性・一貫性	6 (1)	うちエコ診断WEBサービス受診を起点として、各フェーズ「認知・理解→行動→実感」の流れに沿って、楽しみながら、段階的かつ継続的に取り組める設計が具体的に示されているか。	16	4	16	12	8	4	0
デジタルコンテンツの構築・運用	6 (1) イ	既存サービスの活用を含め、実装可能性・実用性が高い提案であるか。	12	3	12	9	6	3	0
		利用者視点で分かりやすく負担が少ない設計であり、レスポンス対応、セキュリティ対策等が明確か。	12	3	12	9	6	3	0
行動項目の設定及び継続・定着への工夫	6 (1) ウ	各フェーズ（認知・理解、行動、実感）ごとの行動項目が適切に設定され、日常生活の中で無理なく実践でき、行動の習慣化につながる内容となっているか。	16	4	16	12	8	4	0
		参加登録の獲得から継続利用まで、関心が低い層・無関心層も含め幅広い参加を促す工夫（楽しさ・お得・手軽さ、離脱防止、適切なリマインド等）があるか。	12	3	12	9	6	3	0
ポイント等付与の仕組み	6 (1) エ	ポイント等付与の条件や仕組みが明確で、公平性・分かりやすさが確保されているか。また、不正防止に配慮されたものであるか。	16	4	16	12	8	4	0
企業・団体等からの協賛・連携獲得（任意事項）	6 (1) エ (オ)	協賛・連携（任意）について、想定企業・団体像、募集方法、協賛メリット設計、運用体制（透明性・公平性）等が示され、参加意欲向上や波及効果が見込めるか。	4	1	4	3	2	1	／
デジタルに不慣れな参加者への配慮	6 (1) オ	高齢者等、デジタルに不慣れな参加者への配慮が具体的に示されているか。	12	3	12	9	6	3	
広報・プロモーション活動			44						
全体	6 (2)	ターゲット（若年層・子育て世代・無関心層等）に対し、媒体設計（マスメディア／デジタル／SNS等）・訴求軸・参加登録／行動への導線を含む広報戦略が具体かつ実現可能性があるか。	12	3	12	9	6	3	0
広告運用	6 (2)	広報・プロモーションに関する目標設定、シミュレーション、効果測定手法が、客観的な根拠に基づいて、具体的に示されているか。	4	1	4	3	2	1	0
ストーリー性・双方向性	6 (2) ア、エ (イ) b	県民が省エネ・脱炭素を自分ごととして理解し実践したくなる仕掛けを有し、双方向性（ロコミ・共感・参加型企画等）を適切に取り入れているか。	12	3	12	9	6	3	0
広報物等の企画・制作	6 (2) エ (ア)	取組を象徴するキャッチコピーが示され、県内外に発信する際に認知されやすいキービジュアル等のデザインが示されているか。	8	2	8	6	4	2	0
既存イベントや県内企業・大学等との連携	6 (2) エ (ウ)、(エ)	既存イベント等との連携（環境分野以外も含む）や企業・大学等との連携が、効果的かつ実装可能な計画として示されているか。	8	2	8	6	4	2	0
ナッジ理論を活用した県内実店舗における省エネ家電買換促進			32						
全体	6 (3)	店舗・来店者の行動課題（購入前後の迷い、情報の難解さ、負担感等）の整理が的確で、ナッジ要素（情報提示、比較、選択しやすさ等）を用いた施策像が具体的に示されているか。	12	3	12	9	6	3	0
実店舗との連携・設置・効果検証	6 (3) エ	店舗負担が少なく（設置・運用・説明負担等）、実効性と実装性の高い実証内容（実施手順、必要ツール、実施体制、リスク対応等）となっているか。	12	3	12	9	6	3	0
成果整理・横展開	6 (3) エ	成果の整理方法が明確で、他店舗・他地域への横展開を見据えた示唆（標準化、改善点、導入条件等）を得られる設計か。	8	2	8	6	4	2	0
効果測定・分析			12						
効果測定・分析	6 (4)	KPI設定と調査・分析手法が明確で、妥当性があるか。また、分析結果を今後の県施策の検討に活かす視点が示されているか。	12	3	12	9	6	3	0
実施体制・遂行能力			24						
実施体制	—	実施体制（責任者配置、運営・審査・問い合わせ対応等）、工程・スケジュール等が具体で、確実に遂行できる計画となっているか。	16	4	16	12	8	4	0
留意項目等	9	個人情報保護・情報セキュリティ・景品表示法等の法令遵守、リスク管理（不正防止、事故時対応等）への配慮が十分か。	8	2	8	6	4	2	0
その他			12						
予算経費及び内訳	3	予算額及び経費の内訳は、業務内容に応じた適切な配分となっている。（評価軸：各費目の配分の適切性、費用対効果、積算根拠の妥当性等）	12	3	12	9	6	3	0
合 計			240		総合点：				

※評価は次の５段階で行い、評価点は項目ごとに設定した係数を掛けた点数を適用する。

**評価A:**優れている(4点) **評価B:**やや優れている(3点) **評価C:**普通(2点) **評価D:**やや劣っている(1点)

**評価E:**劣っている(0点)

※本評価基準における最低基準点は、１４４点（評価値の１００分の６０）とする。

※選定委員会における評価が次の条件に該当する場合は採択しない。

- ・委員による評価結果の合計が、最低基準点（１４４点×委員数）に満たないもの
- ・評価項目いずれかについて、評価E「劣っている」という評価を累計で３項目以上受けたもの