

令和8年度：中国（大連・北京・上海路線）観光REP委託業務

項目	評価の視点	点数	係数	評価点
現地体制・ 現地REP オフィス運営力	<ul style="list-style-type: none"> 現地拠点（REP機能）の設置・運営が可能か（必要人員数、役割分担、実施体制図、業務フローの明示） 担当者の要件適合：日本語でのコミュニケーションが可能／広島観光の知識を有する人材の配置 連絡・運営手段：メール、Web会議等で協議会へ日本語で報告・連絡できる体制 問い合わせ対応～レポート提出までの運用（問合せ→対応→内容整理→報告の仕組み） 	5	4	20
中国現地 ネットワーク 営業力 （B to Bの 実効性）	<ul style="list-style-type: none"> 旅行会社・OTA・メディア・業界キーマンへの営業基盤（上海・北京・大連での到達可能性） 営業計画の具体性：40社以上／50件以上の営業活動を“実際に回せる”計画（訪問/商談方法、対象リスト、頻度） 継続送客が見込める事業者への深耕設計（複数回のアプローチ、案件化までのプロセス） 送客実績の取りまとめ・報告ができる運用（実績定義、証跡、集計方法） 	5	5	25
情報発信 （ニュース/プレス /SNS）と 制作クオリティ	<ul style="list-style-type: none"> ニュースリリース年8回以上、プレスリリース年3回以上を継続運用できる編集・配信体制 旬の情報や「知られざる広島の魅力」を発掘し、旅行会社/メディアへのヒアリングも踏まえて企画できるか 中国語ネイティブ等によるダブルチェック校正の実施（誤訳・不自然表現・炎上リスク低減） 画像/映像素材の調達・著作権確認・掲載確認を、関係機関と交渉して実行できる能力 	5	3	15
現地市場の 情報収集・ 分析力 （示唆と提案 の質）	<ul style="list-style-type: none"> 訪日旅行市場データの収集だけでなく、広島目的旅行との比較など“意思決定に使える分析”ができるか 現地旅行事業者・メディアから得る定性情報を、施策に落とし込めるか（仮説→検証→示唆） 次年度以降も継続価値の高い事業者リストアップなど、蓄積資産を残せるか 分析結果を踏まえたプロモーション提案（ターゲット、訴求軸、コンテンツ、チャンネル） 	5	3	15
進行管理・ 報告品質・ KPI達成設計 （PDCAが 回るか）	<ul style="list-style-type: none"> 年間計画の作成と遅延なく実行する管理能力（マイルストーン、リスク管理、代替案） 月例報告（年8回以上）の品質：提出期限（毎月15日まで）、PPT形式、ページ構成、写真報告など仕様準拠 オンラインMTG（年9回以上）を“有益な情報提供の場”として設計できるか（アジェンダ、議事録、次アクション） KPI（例：配信300件以上/回、月次新規情報15件以上等）を達成するための運用設計が提案書に落ちているか 	5	3	15
見積の妥当性 コンプライアンス/ 権利処理 （安心して任せ られるか）	<ul style="list-style-type: none"> 予算内で、何にいくら使うかが明確（人件費/制作/配信/商談会対応などの内訳、単価根拠） 再委託の方針が仕様に沿っている（協議会承諾、再委託先管理） 機密情報・個人情報の管理（取り扱いルール、教育、事故時対応） 著作権・二次利用を前提にした権利整理（素材の著作権確認、成果物の帰属・提供方法が明確） 	5	2	10
合 計				100

○各項目の配点は次のとおりとする

配点	1	2	3	4	5
評価	非常に劣っている	劣っている	普通	優れている	非常に優れている

※選定委員会の委員による評価結果の合計が、満点（100点×委員数）の6割に満たない場合は選定しない

※「非常に劣っている」が2項目あった場合は選定しない