

1 業務名

令和8年度広島県市町国民健康保険骨粗鬆症・骨折予防広報業務

2 評価項目及び配点

| 評価項目 | | 評価基準 | 点数 | 係数 | 配点 |
|--------------------|--|---|-----|----|-----|
| 基本方針 目標とプロセスの把握 | | ・本業務の目的、業務内容等を十分理解しており、基本的な考え方や業務内容のポイント等が本業務の趣旨に沿っているか。 ・ターゲット（65歳～74歳女性）の生活動線や近年の情報接触習慣を的確に分析し、その分析に基づいて本業務の目標および「健康寿命延伸のプロセス」を正しく理解したうえで、単なる情報発信にとどまらず「行動変容」を促す企画内容となっているか。 | 0～4 | 5 | 20 |
| 提案内容 | クリエイティブの実効性 | 既存資産の発展的活用 令和7年度の資産（キャラクター等）を単に流用するだけでなく、令和8年度のテーマを強く印象付ける工夫や独自のキーフレーズの提案があるか。 | | 1 | 4 |
| | | 納得と行動変容の喚起 チラシや啓発動画において、単なる情報提供にとどまらず、ターゲットの納得を引き出し、具体的な「実践」を強く動機づける工夫がなされているか。 | | 4 | 16 |
| | | 到達精度の最大化 ターゲット層への到達効率（媒体利用者に占めるターゲット層の割合）を最優先とし、限られた予算内で最大の露出を獲得できる費用対効果の高いメディア選定となっているか。 | | 5 | 20 |
| | | メディア展開と目標達成の確実性 目標達成の根拠 業務目標（アンケート結果10ポイント向上）の達成に向けた、広告の配信量やターゲティング設定の現実的な根拠（ターゲットへの想定到達人数等）が示されているか。 | | 3 | 12 |
| | | アプローチの相乗効果 医療機関等を活用した物理的アプローチ（ポスター・チラシ等）とメディア展開が分断されず、相乗効果を生む設計となっているか。 | | 1 | 4 |
| | 効果検証 広告期間中（2か月間）において、提案された各媒体の効果を「どのような指標」で「どの程度の頻度」で測るかが明確に設定されているか。 | 2 | | 8 | |
| 業務実施体制の確保 | | 業務を確実に遂行することができる適正な体制（責任者、人員配置や役割分担、関係機関との連携等）が整備されているか。 | | 1 | 4 |
| スケジュールの実現可能性 | | 実施スケジュールは、計画的で実現可能なものか。 | | 1 | 4 |
| 経費の妥当性・透明性 | | 見積内訳が詳細であり、「媒体費（広告の掲載・配信費）」「制作費（動画やチラシ等の作成費）」「管理費」のバランスが適切か。 | | 2 | 8 |
| 評価値の合計 | | | | | 100 |

3 評価の指標

評価は、次の指標により行う。

| 指標 | 優れている | やや優れている | 普通 | やや劣っている | 劣っている |
|----|-------|---------|----|---------|-------|
| 点数 | 4 | 3 | 2 | 1 | 0 |

※ 合計点が同点により、最も高いものが複数ある場合は、全委員の多数決により第1順位を決定する。

※ 最低基準点を評価基準に基づく評価値（各評価項目の得点の合計点をいう。）の100分の60以上（60点）とし、これに満たない場合は失格とする。

※ 提案者が一者である場合も同様に評価を行う。