

「令和 8 年度 水道事業 P R 業務」 企画競争審査要領

■一次審査（書類審査）

1 一次審査の目的

一次審査は、本企画競争に係る提案者の数が 5 者を超えた場合に、二次審査に参加する 5 者を選定するために実施する。なお、提案者が少数の場合は一次審査を省略することがある。

2 審査の方法

- (1) 各委員が企画提案書の内容を審査し、下記 3 の評価項目について計 150 点満点/人で評価し、その評価点の平均値（小数点以下第 3 位を四捨五入。）が高い順に、5 者を二次審査の参加者とする。なお、評価項目毎の平均値の算定にあつては、公告であらかじめ明示したうえで、各実施委員の評価点のうち最も高い評価点及び最も低い評価点をそれぞれ一つ（当該該当値が複数ある場合はそのうちの一つ）を除いて算定する。
- (2) 複数の提案者が同点となり上位 5 者が選定できない場合は、委員長（水道局総務部長）が、同点者のうち二次審査に参加させる提案者を決定する。

3 評価項目及び配点（一次審査）

「令和 8 年度 水道事業 P R 業務 業務内容」に掲げる各事業の「企画提案項目」について、下記により評価する。

評価項目	評価基準	配点
[事業 1] 市民参加型イベントによる理解促進（60点）	・イベントはターゲットの行動特性やトレンドを踏まえた、訴求力の高い内容になっているか	10
	・既存の取組にとらわれない、話題性やインパクトのある企画となっているか	5
	・「水でアートコーナー」など、実績のある効果的なコンテンツを適切に盛り込んだ企画となっているか	5
	・製作するコンテンツについて、本事業終了後も二次利用が可能であるなど、汎用性の高い提案となっているか	10
	・SNSやタレント、インフルエンサーの発信力を活かし、ターゲット層の参加意欲を喚起する訴求力の高い P R ができているか	10
	・水道事業や水道局の取組への関心・理解を深めることが期待できる内容になっているか	10
	・「応急給水拠点の認知向上」について、具体的かつ印象に残る手法で企画されているか	10
[事業 2] 多様なメディアを活用した戦略的広報（40点）	・MV等の素材を有効活用し、ターゲットの目を引くインパクトや新鮮さのある動画コンテンツが提案されているか	10
	・認知度向上や再生数増加について、具体的かつ実現可能な数値目標が設定されているか	10
	・市民が楽曲やMVに触れた際に、SNS等で感想を共有したり、共感が広がったりするような「参加型」「共有型」の仕掛けが提案されているか	10
	・職員のメディア出演において、単なる業務紹介にとどまらず、工夫	10

	をこらし水道局への親近感や信頼感を醸成するような具体的な企画内容となっているか	
[事業3] 水道凍結防止 キャンペーン (20点)	・提案された手法により、「水抜き」を自分事として捉えてもらう意識醸成が期待できるか	5
	・「-4℃以下」でのリスク上昇や「水抜き」の必要性といったメッセージが、企画の根底にしっかりと据えられているか	5
	・既存の枠組みにとらわれない、話題性やインパクトのある広報手法が提案されているか	10
事業全体 (30点)	・提案全体を通して、独自の創意工夫や優れたアイデアが見られるか	5
	・提案内容が全体として実現可能であり、円滑な実施が期待できるか	5
	・企画全体を通じて、次年度に向け効果的なフィードバックが可能となるような工夫がされているか	10
	・プレゼンテーションを聞いてみたいと思わせる内容か	10
合 計		150

■二次審査（プレゼンテーション方式）

1 二次審査の目的

本企画競争に係る提案者（一次審査により選定された5者）の中から、契約候補者を選定するために実施する。

2 審査の方法

- (1) 審査時間は、各提案者につき30分（プレゼンテーション20分、質疑10分）とし、プレゼンテーション時間の延長は、認めないこととする。
- (2) 評価項目及び配点は、下記3のとおりとする。
- (3) 各委員は、評価項目ごとに200点満点で評価し、その得点に基づき提案者ごとに順位を付ける。なお、得点が同点の場合は、「事業1 水道事業への関心・理解を深めることを目的としたイベントの開催」の評価点が高い者を上位とする。それでもなお同点の場合は、同順位とする。
- (4) 上記(3)で決定した順位に基づき、1位の者に提案者数と同数の点数を与え、以下順位が下がるごとに1点ずつ減じた点数を付与する（同順位の場合は、対象となる順位点数の合計を人数で等分した点数を付与する）。その上で、全委員の付与点数の合計が最も高い者を契約候補者とする。なお、同点の場合は、「事業1 水道事業への関心・理解を深めることを目的としたイベントの開催」の評価点が高い者を選定する。それでもなお同点の場合は、くじ引きにより選定する。
- (5) 総得点600点（欠席した委員がいる場合は、参加した委員の数×100点）を最低基準点とし、これを超える者がいない場合は、該当者なしとする。
- (6) 提案者が1者のみであっても、企画提案の内容の審査を行い、上記最低基準点を超える場合は、契約候補者とする。

3 評価項目及び配点（二次審査）

「令和8年度水道事業PR広報業務 業務内容」に掲げる各事業の「企画提案項目」について、下記により評価する。

(1) 事業1 市民参加型イベントによる理解促進

（70点）

評価項目	評価基準	配点
1 企画内容	<ul style="list-style-type: none"> ・イベントはターゲットの行動特性やトレンドを踏まえた、訴求力の高い内容になっているか[10点] ・既存の取組にとらわれない、話題性やインパクトのある企画となっているか[5点] ・「楽しみながら」学べる要素が十分に盛り込まれているか[5点] ・「水でアートコーナー」など、実績のある効果的なコンテンツを適切に盛り込んだ企画となっているか[10点] ・製作するコンテンツについて、本事業終了後も二次利用が可能であるなど、汎用性の高い提案となっているか[10点] ・水道事業や水道局の取組への関心・理解を深めることが期待できる内容になっているか[10点] ・「応急給水拠点の認知向上」について、具体的かつ印象に残る手法で企画されているか[10点] 	60
2 企画の周知方法	<ul style="list-style-type: none"> ・SNSやタレント、インフルエンサーの発信力を活かし、ターゲット層の参加意欲を喚起する訴求力の高いPRができているか[10点] 	10

(2) 事業2 多様なメディアを活用した戦略的広報 (65点)

評価項目	評価基準	配点
1 企画内容	<ul style="list-style-type: none"> ・水道事業に対してポジティブな印象を与えることができているか[5点] ・MV等の素材を有効活用し、ターゲットの目を引くインパクトや新鮮さのある動画コンテンツが提案されているか[10点] ・認知度向上や再生数増加について、具体的かつ実現可能な数値目標が設定されているか[10点] ・市民が楽曲やMVに触れた際に、SNS等で感想を共有したり、共感が広がったりするような「参加型」「共有型」の仕掛けが提案されているか[10点] ・職員の声や想いを届けるために最適なメディアを選定し、効果的な放送枠やタイミングを確保する計画となっているか[10点] ・職員のメディア出演において、単なる業務紹介にとどまらず、工夫をこらし水道局への親近感や信頼感を醸成するような具体的な企画内容となっているか[10点] 	55
2 企画の周知方法	<ul style="list-style-type: none"> ・多様なメディアを効果的に組み合わせた、実現性が高く波及効果の見込める広報の提案があるか[10点] 	10

(3) 事業3 水道凍結防止キャンペーン (35点)

評価項目	評価基準	配点
1 企画内容	<ul style="list-style-type: none"> ・市民の目に触れる機会の多さが十分に考慮されているか[5点] ・提案された手法により、「水抜き」を自分事として捉えてもらう意識醸成が期待できるか[5点] ・「-4℃以下」でのリスク上昇や「水抜き」の必要性といったメッセージが、企画の根底にしっかりと据えられているか[5点] ・水抜きに慣れていない転入者や若年層など、凍結リスクが高い層に対して確実に情報が届く企画となっているか[10点] ・既存の枠組みにとらわれない、話題性やインパクトのある広報手法が提案されているか[10点] 	35

(4) 事業全体 (30点)

評価項目	評価基準	配点
1 創意工夫	<ul style="list-style-type: none"> ・提案全体を通して、独自の創意工夫や優れたアイデアが見られるか[5点] ・ターゲットに対し、全体を通じて漏れなく、かつ効果的にアプローチできる統一性のある提案となっているか[5点] 	10
2 提案の実現可能性と円滑実施	<ul style="list-style-type: none"> ・提案内容が全体として実現可能であり、円滑な実施が期待できるか[10点] 	10
3 結果の報告・評価	<ul style="list-style-type: none"> ・企画全体を通じて、次年度に向け効果的なフィードバックがなされる工夫がされているか[10点] 	10