

(別紙2)

審査基準

評価項目		評価の着眼点	点数	小計
広告の設計に関する こと	ターゲティング 設計	発注者の条件を踏まえつつ、応募者 としての工夫があり、対象者の絞り 込みや配信設計が適切か	15	60
	媒体選定・配信 手法	効果的に媒体を選択しているか。ま た、媒体選択の根拠が明確で、少額 予算・短期間でも実効性が見込める か	20	
	ブランドセーフ ティ対策	警察の広告として不適切なサイトへ の掲載を完全に除外するための、具 体的な掲載面チェックや除外リスト 構築案があるか	10	
	見積価格の妥当 性	予算内で妥当であり、費用内訳が明 確か。また、「広告出稿実費(媒体費)」 の割合が高められ、手数料が抑えら れているか	15	
効果検証や運用 体制に関する こと	KPI設定・効果検 証	KPIが妥当で、定期レポートにより効 果を都度検証・改善できる設計か	10	40
	運用・改善提案	配信結果を踏まえた改善サイクル、 クリエイティブ調整、入稿・修正対 応が具体的か	5	
	実施体制・対応 力	発注者からのリクエストや、配信の 不具合・トラブル等の緊急事態に迅 速・柔軟に対応できる体制が確保さ れているか	15	
	類似業務実績	過去に自治体や警察からWEB広告運 用業務を受託し、事故なく満了した 確かな実績があるか	10	
合計			100	