

別紙 栃木県産農産物マーケティング調査業務 審査基準

項目	評価の着眼点	配点
1.提案業者の業務への理解・過去実績	【事業への理解】 県の考える事業の目的を理解し、市場環境や農業構造等の本県を取り巻く環境に関する十分な知識を有しているか。	10
	【過去の実績等】 消費者の嗜好や購買行動、支出傾向、市場におけるポジションの調査やインターネットを用いたイメージ調査について、十分な知見・実績があるか。	15
2 提案内容の的確性	【国内マーケットにおける現状分析】 ブランド価値向上施策の展開に資する調査内容となっているか。アンケートやヒアリング調査先等の選定は、客観的なデータを得られる設計となっているか。	15
	【県産農産物のイメージ調査】 対象品目の評価や栃木県産農産物等へのイメージが分析できる調査ができる設計であるか。 また、偏りなく十分なサンプル数を確保できるアンケート方式であるか。	15
	【市場における県産主要品目のポジション調査】 ブランド価値向上施策の展開に資する調査内容となっているか。ヒアリング調査先の選定は、客観的なデータを得られる設計となっているか。	15
	【施策展開の方向性検討】 ブランド価値向上施策の展開に資する提言内容となっているか。また、取組事例の収集先は本県にも応用可能なものとなっているか。	15
3 運営手法の確実性	【事業体制】 事業実施にあたり人員が十分確保され、適切なサンプリングや信頼性のある分析手法等により適正に事業活動を行うことができるか。	10
4 積算の妥当性	【経費の妥当性】 事業内容に対し、適切な経費が計上されているか。	5
合計		100

【評価基準】

10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
優	優	良	良	可	可	やや不良	やや不良	不良	不良
(+)	(-)	(+)	(-)	(+)	(-)	(+)	(-)	(+)	(-)

・評価項目ごとに、整数で絶対評価を行う。

・配点が15点及び5点の項目は、10～1の評価基準の数にそれぞれ1.5又は0.5を乗じた数を得点とする。