

評価基準に基づく評価項目別の総合値

評価項目		配点	提案者別の評価値				特記事項
			株式会社 中電技術コンサル タント (A)	株式会社ニュース・ アット・コミュニケーション ズ (B)	株式会社中国四 国博報堂 (C)	TOPPAN株 式会社 (D)	
1	事業目的の理解度	96	80	76	72	80	A社は、本業務のねらいを深く理解し、過去の業務実績からも、モデル地区の事業者のニーズ把握や実施スキームの調整能力を有しており、効果が見込める。 B社は、課題認識が的確であり、明確なゴール設定とそのアプローチを明示している。 D社は、本業務の目的を深く理解しており、取組内容が具体的である。
2	プラスチックの使用量削減の促進 (選択肢の具体性等)	96	80	56	56	76	A社は、モデル地区の実情に精通しており、地区の事業者ニーズをしつかりと把握し、実現可能な事業スキームを構築することが期待できる。 C社は、レジ袋をターゲットにしており、プラスチック削減策の打ち出しとして弱い。また、モデル地区のごみ削減につながらない懸念もある。 D社は、削減手法の展開を4つ提案しており、具体性がある。
3	プラスチックの使用量削減の促進 (導入時のコスト削減策の実現性)	48	32	32	28	38	B社は、提案した取組の具体性や実現性に課題を感じた。 C社は、導入事業者へのお試し利用に注力しすぎている面がある。 D社は、補填額まで算出しており、具体性がある。
4	プラスチックの使用量削減の促進 (導入前の支援策)	48	40	28	36	38	A社は、導入事業者向けのモニターイベントが提案されており、支援が具体的である。 B社は、導入事業者への事前説明が不十分となる恐れがある。 C社は、地域の導入事業者の思いや考えを最優先にした動き方を考えている。
5	プラスチックの使用量削減の促進 (導入時の受発注等の運用方法の現実性)	48	38	30	32	32	D社は、受発注・清算スキームについて、既存のスキームとは別に独自スキームを構築して対応する提案となっており、実現性のハードルが高いように感じた。また、独自スキームは、本業務終了後の継続面にも影響が生じると懸念される。
6	プラスチックの使用量削減の促進 (導入後の継続支援に向けた契約面等の支援)	72	45	42	42	42	
7	プラスチックの使用量削減の促進 (導入後も継続使用でき得るか)	48	28	30	30	32	A社は、令和8年度以降も行政支援を必要としている点に課題がある。 C社は、本業務終了後の展開をよく検討しているが、提案した方策の実施には他団体の関与が必須である点に懸念がある。 D社は、2026年度以降の展開を熟考し、現実的な提案をしている。
8	デザイン等（キャッチコピーの象徴性）	48	36	30	32	36	A社のデザインは洗練されている。 D社は、他地域での具体的な活用デザインの提示があり、次年度以降の他地域への拡大をきちんと想定できている。

9	デザイン等（キービジュアル・デザインによる本取組の認知のされやすさ）	48	40	32	36	40	B社は、外国人観光客に対しての認知性に課題がある。
10	デザイン等（導入する商品・サービスへの活用性）	48	40	34	30	38	A社は、商品への活用事例が具体的に示されており、インパクトのあるデザインである。
11	情報発信（モデル地区内での情報展開）	72	57	39	42	39	A社は、モデル地区内の事業者との連携に強みを持ち、当該連携スキームを基に情報展開策が検討されている。 B社は、金融機関との連携による情報発信に一定の効果が見込めるものの、本業務のターゲットとなる観光関連事業者へのアプローチの具体性に欠ける。 D社は、モデル地区内の事業者へのアプローチが不明瞭である。
12	情報発信（県内外への情報発信の戦略）	72	42	36	48	42	
13	情報発信（意識啓発）	48	36	32	34	36	
14	情報発信（発信方法の工夫）	48	34	28	32	40	
15	実施体制	96	68	64	64	64	
16	スケジュール	48	36	28	32	34	
17	予算経費及び内訳	96	64	56	60	60	
総合値（委員全員の評価値の合計）		1080	796	673	706	767	

※「配点」及び「提案者別の評価値」は、委員6名分の合計値である。