

評 価 要 領

- 1 技術等の評定及び評価は、学識経験者等の第三者（以下「有識者委員」という。）及び事務担当者（以下「その他の委員」という。）から構成される裁判員制度広報企画評価等検討会において行う。
- 2 本評価要領にいう「評定」とは、入札者から提示された技術等に関し、別紙「技術等の評価項目、評価基準及び配点」記載の各評価項目について検討し、下記4記載の評定の基準に従って採点を行うこと（またはその結果）をいうものとする。
- 3 本評価要領にいう「評価」とは、有識者委員の評定の合計点の平均点と、その他の委員評定の合計点の平均点を合計して行うもの（またはその結果）をいい、次の換算式によって得た値（その値に小数点以下2位未満の端数があるときは、これを切り捨てるものとする。）とする。

$$\text{【技術等に対する得点】} = \frac{\text{【有識者委員の得点の総計】}}{\text{【評定した有識者委員数】}} + \frac{\text{【その他の委員の得点の総計】}}{\text{【評定したその他の委員数】}}$$
- 4 上記2の評定は、別紙「技術等の評価項目、評価基準及び配点」記載の各評価項目について、下表に掲げる評定の基準に従って行う。

評定の基準	
最低限の要求要件の場合	
満たしている	
満たしていない	×
最低限の要求要件以外の要件の場合	
非常に良い	10
良い	8
やや良い	6
普通	5
やや悪い	4
悪い	2
非常に悪い	0
（備考）	
1 最低限の要求要件以外の要件の評定については、以下の換算式によって得た値を、その点数とする。 なお、他の入札者との相対的な評価に基づき、特に必要と認められる場合は、の基準における数値を9、7、3又は1とすることができる。	
$\text{【の基準における数値】} \times \frac{\text{【最低限の要求要件以外の要件の配点】}}{10}$	
2 最低限の要求要件で「×」の評定をつける場合、また、最低限の要求要件以外の要件の評定に当たり、の基準における数値を9以上又は2以下とする場合は、それぞれその理由を付すものとする。	

- 5 入札価格及び別紙「技術等の評価項目、評価基準及び配点」記載の技術等（以下「技術等」という。）に対する得点配分の割合は、入札価格に対する得点配分を200点、技術等に対する

る得点の配分を400点とする。また、創造性又は新規性等の価格と同等に評価できない項目とそれ以外の項目とに区分し、価格と同等に評価できる項目に対する得点配分と、入札価格に対する得点配分は、等しいもの(200点)とする。

- 6 評定の対象とする技術等の要件については、裁判員制度広報(新聞広告、インターネットバナー広告)の企画、制作、広告掲載等実施業務の目的及び内容に応じ、事務及び事業上の必要性等の観点から、別紙の「技術等の評価項目、評価基準及び配点」のとおり、評価項目及びその必要度及び重要度に応じた得点配分を定めるとともに、これを必須とする項目とそれ以外の項目とに区分する。
- 7 必須とする項目については、別紙「技術等の評価項目、評価基準及び配点」のとおり、評価項目毎に最低限の要求要件を示し、有識者委員及びその他の委員のそれぞれ3分の1を超える者が「×」の評定をつけた入札者は不合格とし、その他の入札者には各要件ごとの点数を得点として与える。
- 8 創造性又は新規性等の、価格と同等に評価できない項目の内容の履行を確保する観点から、価格と同等に評価できる項目についての評価を行うものとする。

技術等の評価項目、評価基準及び配点

1 ●印の付いている評価項目は、価格と同等に評価できない項目、無印の項目は、それ以外の項目である。

2 評価項目のうち、評価基準の■印の項目は必須とする項目であり、最低限の要求要件を示している。この要求要件を満たしていないものは、評価要領に従い不合格となる。それ以外の□印の項目は加点対象となる要件である。

評価項目		評価基準	配点	
1. 広報内容の妥当性等			100	
● ①	ビジュアル	■ 新聞広告について、裁判員制度広報であることが明示されているか。	5	15
		□ 新聞広告について、読者の目を惹く工夫されたビジュアルになっているか。	10	
● ②	表現内容	□ 新聞広告について、本仕様書の3記載の「今後の広報活動の方向性等」や本仕様書の別紙2にある「平成21年の裁判員制度広報のイメージ」等を理解・咀嚼し、情報が効果的に盛り込まれているか。	35	55
		□ 新聞広告について、表現内容は、読者を惹き付けるものになっているか。	10	
		□ 新聞広告について、表現内容は、正確かつ読者にとって分かりやすいものになっているか。	10	
● ③	相応しさ	□ 新聞広告について、最高裁判所の広報として相応しく品位をもった内容といえるか。	10	10
● ④	その他の評価要素	□ 新聞広告について、上記基準以外に創造性又は新規性等において評価できる要素があるか。	10	10
● ⑤	インターネットバナー広告	□ 新聞広告のビジュアル、表現内容や、その出稿時期等を勘案の上、効果的なビジュアル案と出稿時期が提案されているか。	5	5
● ⑥	広報効果測定	□ 広報効果測定の実施手続及び内容が適切であるか。	5	5
2. 実施方法の妥当性			25	
		■ 制作スケジュール(契約予定日から掲載等までの間)が具体的に提示され無理がなく、実現可能なものといえるか。	15	25
		□ 制作手法(例:イメージの起用等)に問題点はないか。	10	
3. 実施主体の適格性			75	
①	実施体制の適格性	■ 広告の制作から納品まで一括して管理運営できる能力を有しているか。	15	35
		□ 企画・制作するに当たり、常時従事する者を確保できる体制を有しているか。	10	
		□ 業務の再委託を行う必要がある場合に、再委託先の責任体制を含めた業務遂行の管理能力を有しているか。	10	
②	実施体制の柔軟性	■ 制作に当たっての最高裁判所担当者との企画会議に常時対応可能な体制を有しているか。	10	30
		□ 突発的な事案発生等を受けての最高裁判所担当者からの要望に対し、迅速・柔軟に対応できる能力を保持していると認められるか。	10	
		□ 最高裁判所担当者からの依頼による広報関連資料について提出できる能力を有しているか。	10	
③	実績	□ 新聞広告、雑誌広告等の過去2年間の事業実績(広報の内容、部数、実施回数等)はどの程度のものか。	10	10
合計			200	