

(資料4)

裁判員制度広報(新聞広告, 雑誌広告, インターネットバナー広告等)  
の企画・制作, 広告掲載等実施業務の取扱事業者の選定について(案)

新聞広告, 雑誌広告, インターネットバナー広告等による裁判員制度広報は, 効果的な広告ビジュアル制作等の取扱事業者の有する専門的知識, 技術及び創意等(以下「技術等」という。)によって, 調達価格の差異に比して, 事業の成果に相当程度の差異が生ずるものである。

このため, 裁判員制度広報(新聞広告, 雑誌広告, インターネットバナー広告等)の企画・制作, 広告掲載等実施業務(以下「新聞広告等実施業務」という。)の取扱事業者の選定は, 総合評価落札方式による入札により行い, 具体的には以下の方式によって行うものとする。

第1 落札方式

- 1 入札者に価格及び技術等をもって申込みをさせ, 次の各要件に該当する者のうち, 第2「総合評価の方法」によって得られた数値の最も高い者を落札者とする。
  - (1) 入札価格が予定価格の制限の範囲内であること。
  - (2) 入札に係る技術等が, 入札公告又は入札公示(これらに係る入札説明書を含む。以下同じ。)において明らかにした技術等の要求要件(以下「技術的要件」という。)のうち必須とされた項目の最低限の要求要件を全て満たしていること。
- 2 上記1の数値の最も高い者が2人以上あるときは, 当該者にくじを引かせて落札者を定める。

第2 総合評価の方法

- 1 入札価格及び技術等に対する総合評価の得点配分の割合は, 入札価格に対する得点配分を200点, 技術等に対する得点配分を400点とする。

なお, 技術等の評価項目は, 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, 等しいものとする。
- 2 入札価格の評価方法については, 次のとおりとする。

入札価格の得点は, 入札価格を予定価格で除して得た値を1から減じて得た値に200を乗じて得た値(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。
- 3 技術等の評価方法については, 次のとおりとする。
  - (1) 評価の対象とする技術的要件については, 新聞広告等実施業務の目的・内容に応じ, 事務・事業上の必要性等の観点から, 別紙1のとおり, 評価項目及びその必要度・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。
  - (2) 必須とする項目については, 各項目ごとに最低限の要求要件を示し, この要求要件を満たしていないものは不合格とし, 要求要件以上の部分については評価に応じ得点を与える。
  - (3) 必須とする項目以外の項目については, 各項目ごとに評価に応じ得点を与える。
  - (4) 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。
  - (5) 技術等の評価を行うための具体的な方法については, 別紙2の要領により行うものとする。

る。

- 4 価格及び技術等に係る総合評価は、入札者の入札価格に対する得点に当該入札者の申込みにかかる技術等に対する得点を加えて得た数値をもって行う。

## 技術等の評価項目、評価基準及び配点(案)

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、価格と同等に評価できる項目である。

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	■ 裁判員制度広報であることが明示されているか。	5	25
		□ 読者の目を惹く工夫されたビジュアルになっているか。	20	
● ②	表現内容	□ 裁判員制度に対する国民の現実的関心を喚起するという目的に照らし、訴求ポイントが効果的に盛り込まれているか。	20	40
		□ キャッチコピー等の表現内容は、読者を惹き付けるものになっているか。	10	
		□ キャッチコピー等の表現内容は、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	□ 裁判員制度広報に相応しいタレントが起用されているか。	10	20
		□ 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	
● ④	その他の評価要素	□ 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	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:タレントの起用等)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のある場合に、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年間の事案実績(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	

## 技術等に関する評価要領(案)

## 1 評価及び評定

- (1) 技術等の評価は、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) 有識者委員及びその他の委員は、入札者から提示された技術等に関し、別紙1の各評価項目について、技術等の評定を行う。
- (3) 上記(2)の評定は、別紙1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。	
【 の基準における数値】× $\frac{\text{【最低限の要求要件以外の要件の配点】}}{10}$	
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。	

## 3 評定結果の得点換算

- (1) 別紙1の評価項目のうち、最低限の要求要件については、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。
- (2) 技術等に対する得点は、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。

$$\text{【技術等に対する得点】} = \frac{\text{【有識者委員の得点の総計】}}{\text{【評定した有識者委員数】}} + \frac{\text{【その他の委員の得点の総計】}}{\text{【評定したその他の委員数】}}$$