

審査項目

1.前提条件	
ア	人員体制: 広告運用の専門スタッフが配置されているか。
イ	緊急時対応: 炎上リスクやトラブル発生時の即時対応フローが明確か。
ウ	報告: 進捗を可視化するレポートフォーマットの提示が可能か。
エ	遵守: 景品表示法等、広告関連法規のチェック体制が備わっているか。
2.企画提案審査項目	
①広告戦略・媒体計画（ターゲット分析に基づくメディアミックス、費用対効果の最大化）	
a	戦略性: 過去の寄附者データを活用した具体的なターゲット分析があるか。
b	計画性: 予算内での最適なメディアミックス（媒体計画）が示されているか。
② 広告・デザイン関連（特設サイトと連動した魅力的な訴求、迅速な最適化能力）	
a	魅力発信: 市や返礼品の魅力を直感的に伝えるクリエイティブ能力が備わっているか。
b	機動力: ユーザーの反応に合わせて、バナーや文言を迅速に修正・改善できる体制か。
③効果検証と分析（データに基づくKPI管理と、次年度に向けた能動的な改善提案）	
a	分析力: 特設サイトの回遊率やコンバージョン率など広告効果を正しく測定する手法が備わっているか。
b	提案力: 分析結果から予算の再配分や企画刷新を「能動的」に提案できるか。
④委託料の妥当性	
	提案内容とコストのバランス、寄附額増加に向けた投資対効果が委託料に見合っているか。
⑤独自性・優位性	
	他にはない強み、寄附額目標(2,000万円)達成への独自の視点があるか。