

メディアリレーション業務委託  
プロポーザル企画提案書等作成要領

## 1 はじめに

本書は、メディアリレーション業務委託のプロポーザル実施に際し、参加事業者に提出を求める企画提案書等の作成方法等について定めるものである。なお、企画提案書等の作成及び提出にあたっては、本書はもとより、「仕様書」についても熟読すること。

## 2 提出書類等

### (1) 企画提案書

- ① 「仕様書」等の内容を踏まえ、別表1「企画提案書記載項目一覧」に従い記載することとし、記載順序も一覧のとおりとすること。
- ② 留意点
  - (ア) 企画提案書等に記述した事項は、自由提案を含め提示価格の範囲内で実現すること。
  - (イ) 具体的な手法や条件、事例との比較等を含めて分かり易く簡潔明瞭に記載すること。
  - (ウ) 提案者の知見や実績に基づき、具体的な内容を詳細に記述すること。
  - (エ) 必要に応じ、図表の使用も可とする。

### (2) 過去の実績資料

- ① 過去5年間のうち、メディア露出を目的としたプロモーション支援業務を行った実績がわかる資料を提出すること(様式任意)。
- ② 留意点
  - (ア) プレスリリースの作成・配信、プレスツアーの実施、メディアとの交流会の実施、個別取材誘致、その他メディアリレーション業務に関する過去受注実績を記述すること。
  - (イ) 上記業務実施にかかった費用を記述すること。

### (3) 見積書

仕様書に基づき、内訳がわかる見積書とすること(様式任意)。

## 3 提出部数等

### (1) 企画提案書

紙媒体 9部

### (2) 過去の実績資料

紙媒体 9部

### (3) 見積書

電子データで1部提出すること。なお、以下のいずれかのソフトウェアで閲覧可能なデータ形式とすること。

(ア) Microsoft Word/ Excel/ PowerPoint

(イ) Adobe Reader

(4) 上記「2 提出書類等」で示している(1)～(3)を電子データで保存したCD-ROM 1部

#### 4 企画提案書提出体裁

- (1)原則A4判横とすること。
- (2)両面印刷(但し、内容の異なるものは表裏1枚にしないこと)とすること。
- (3)目次を作成し、各ページの下部に通し番号を付すること。
- (4)ステープラ等で止め、提出書類毎にインデックスを付けること。
- (5)提出書類については事業者の名称その他事業者が特定される情報を記載しないこと。
- (6)図及び表等が、例外的に、A4判に収まらない場合、A3判の用紙の使用も可能とする。
- (7)図及び表等には、文章による記載のどの内容に関わるものか、判読可能な図表番号を付けること。
- (8)日本語を使用すること。見出しを付ける場合は、各社の慣例に基づいて構わないが、分かりやすい記述に努めること。
- (9)提案書の文章部分を記載するフォントサイズは、原則、11ポイントサイズを使用すること。その他の部分は、11ポイントを基準に適宜のサイズとすること。

#### 5 その他

##### (1) 企画提案書等の作成等に要する経費

企画提案書等の作成に要する経費は、全て参加事業者の負担とする。

##### (2) 無効となる提案

以下のいずれかに該当する企画提案書等は無効とし、評価点を付与しないとともに、当該企画提案書等を提出した事業者を委託候補者として決定しない。

- ① 構成、提出部数、提出期限等に適合しないもの
- ② 作成方法等に適合しないもの
- ③ 記述すべき事項の全部又は一部が記述されていないもの
- ④ 虚偽の内容が記述されているもの
- ⑤ 本プロポーザルに関して、公示のあった日から委託候補者決定の日までの間に、審査委員との接触があった者の提案

##### (3) その他注意事項

- ① 企画提案書等の提出は1者につき1案のみとする。
- ② 企画提案書等に記述について、複数の解釈ができるような記述をしないこと。複数の解釈ができる場合は、そのいずれの方法でも実現を保証したものとみなす。