

会議名	第1回港区商店街バズらせプログラム事業業務委託事業候補者選考委員会
開催日時	令和6年4月16日（火）午前10時から正午まで
開催場所	札の辻スクエア8階 活動室
委員	産業・地域振興支援部長 上村 隆（委員長） 産業振興課長 藤咲 絢介（副委員長） 芝浦港南地区総合支所協働推進課長 中村 ゆかり 観光政策担当課長 寺戸 尚美 企画経営部区長室長 小笹 美由紀
事務局	産業振興課産業振興係
会議次第	1 開会 2 選考委員会選考スケジュール（案）について 3 事業候補者募集要項（案）について 4 採点基準表（案）について 5 閉会
配布資料	<配付資料> 資料1 港区商店街バズらせプログラム事業業務委託事業候補者選考委員会設置要綱 資料2 港区商店街バズらせプログラム事業業務委託事業候補者選考委員会委員名簿 資料3 選考委員会選考スケジュール（案） 資料4 港区商店街バズらせプログラム事業業務委託事業候補者募集要項（案） 別紙1 仕様書（案） 別紙2 港区商店街バズらせプログラム事業業務委託事業候補者選考基準（案） 【様式1】質問書 【様式2】参加表明書兼参加資格審査申請書 【様式3】共同事業体構成書 【様式3－2】共同事業体協定書兼委任状 【様式3－3】委任状 【様式4】事業者概要及び業務実績 【様式5】業務従事予定者の経歴及び専任性 【様式6】業務従事予定者の配置計画及びスケジュール 【様式7】企画提案書①（基本姿勢の評価） 【様式8】企画提案書②（創意・工夫の評価：情報発信業務） 【様式9】企画提案書③（創意工夫の評価：ブランディング業務） 【様式10】企画提案書④（発信力の評価） 【様式11】プロポーザル参加辞退届 資料5 採点基準表（一次審査）（案） 資料5－2 採点基準表（二次審査）（案）

会議の内容	
	1 開会 (事務局より開会の挨拶、配布資料の確認) 2 選考委員会選考スケジュール(案)について (事務局より資料3について説明) (質疑なし) 3 事業候補者募集要項(案)について 4 採点基準表(案)について (次第3・4は一括審議) (事務局から資料4、資料5について説明)
委員長	ただ今の事務局の説明にご意見・ご質問等ありますでしょうか。
委員E	こうしたプログラムプロポーザルの応募事業者数はまちまちだと思いますが、複数社来るという手応えはありますか。
事務局	予算要求の際、複数社にお声掛けはさせていただいております。複数の業務が混在した内容になりますので、公募開始後もより多くの業者に参加いただけるように、声掛けを継続したいと考えています。
委員B	見積をとる段階である程度手応えがある事業者もいるとは思いますが、カプセルトイを作る業務と情報発信業務の複合的な業務になっているので、そういう意味では区内にカプセルトイを作る事業者はいるので、情報発信業者と共同事業体を結成して、参加していただけると理想的だとは思いますが。単体事業者だとこの複合的な業務に対応できる事業者は限られてくるので、募集要項の公表とあわせて、事務局も広く声を掛けられるといいかと思えます。
委員C	インフルエンサーを使って発信したときに、どれぐらい発信したことに対する評価というか、効果測定をどうするかというのは、区として未開拓分野なので、難しいか思います。例えば「いいね」が幾つ以上、閲覧数が幾つ以上できるインフルエンサーにするのか。ある程度、仕様書に記載があるように、5,000人以上のフォロワーがいれば、そのぐらい見てくれるだろうっていうところで良しとするか。このプログラムの一番の部分は、商店街で買い物してもらうことだと思いますので、その評価をどの辺にするかというのが、もし事務局としてあればと思いましたがいかがですか。
事務局	事務局から回答します、資料4の別紙1仕様書をご覧ください。仕様書2ページ目の中段、インフルエンサーを活用した広告配信について記載しています。今回、主に若年層を新規顧客層として獲得したいという

	狙いがありまして、媒体も紙ではなく、人を使ったSNSを通じた広告が一番この層には効果的だろうということで、インフルエンサーの選出というところも、業務に含めています。 インフルエンサーの選定についても、仕様書にある程度フォロワーの多い影響力の高い人員を配置するということ、選出していただいた後は月4回以上、商店街に関わるPR動画を挙げていただくといったようなことも条件として記載しています。 委員ご指摘のとおり、効果検証については、情報発信によりどのぐらい商店街の売上が増えたかというのは、測りづらいところではありますが、事業終了後に、区内商店街の方にヒアリング等をして、どの程度、若年層の購買に結びついたのかを検証していく必要があると思います。
委員B	委員Cからご指摘あったところも踏まえ、フォロワーが5,000人以上という基準に書いてあるものの、1件あたりのリアクションといえますか、投稿に対してどれだけの波及があるかというのは、例えば、YouTubeのSNSとか、リアクションというところも視聴者がどういう反応したかっていうところの件数が、効果の測定値としては、最も効果的かなと思います。商店街にどう波及していくかというところでは、その投稿がどれだけシェアされたかっていうシェア数も基準としては有力なかなと思います。フォロワー数プラスアルファで、リアクションだとか、シェア数というのが1投稿当たり何百以上とか、そういうところまで少し出していければ、条件設定がうまくできるかと思います。およその効果測定で、徹底すべき数値はあらかじめ仕様書で設定していくのが良いです。
委員A	委託の報告書か何かで、今どのぐらいのフォロワー数になっているかといった数値を定期的に求めていくような形にはなっていないですね。 来年3月末までの業務なので、定期的に報告を受けつつ、最終的にまとめて何があるかって意見をもらっても良いと感じます。
事務局	報告については委員ご指摘のとおり、年度末というところの記載にとどまっておりますので、定期的にどのような効果があるのかというところを含めまして仕様書は修正させていただきたいと思います。
委員D	仕様書に教えてほしいのですが、2ページ(3)のブランディング業務について、カプセルトイは区内の商店街に10種類程度、2か所ぐらいに作ると思いますが、各地区何種類とか、そういう想定は考えていますか。
事務局	カプセルトイの商店街の選定については、5地区ありますので大体2ヶ所ずつぐらいなのかなと事務局の方では想定しております。けれど、カプセルトイにつきましては昨年度、麻布と芝の方での実績もありまして、それらとの重なりも考慮しつつ、事業者からの提案を受けてそこは調整したいと考えています。

委員D	新しい商店街も出てきているので、どういうところを選ぶのかなと思っていました。インフルエンサーについて、影響力の高い方で、3人以上のインフルエンサーを12月までに選出することとありますが、早めに選出すれば、9月とか10月でもどんどん活動してもらって、ということなのか。12月までに選出すると決めたのは、どういう計算というか、お考えですか。
事務局	12月は設定として遅いのではという意見は、事務局でもあったのですが、7月に業務開始して、何を発信するのかという調整、どういう方をインフルエンサーとして連れてくるのかといった業者側の調整というところを考えると、3ヶ月は事業者に対するって与える時間が短いとも思い、5ヶ月程度を設定をしたんですが、いかがでしょうか。
委員D	決まった事業者と打合せをして、こういうことをやって欲しい、インフルエンサーはこの人、というのがパツと決まればいいかもしれないけどそれには時間がかかるだろうっていうことで、調整に5ヶ月とりましたっていうことであれば、全然遅いとか早いってことではないんですが、月4回発信で、12月で決まって、1月から3月まで3ヶ月間で12回か、ってちょっと思ったので、早めにインフルエンサーが決まれば、早めにどんどん発信していただいた方がいいかなと思って聞きました。 ありがとうございます。
事務局	時期の設定につきましては、事務局で再度構成を考えさせていただきたいと思います。
委員長	事務局に確認事項がありましたら、お願いします。
事務局	資料4募集要項案について、確認をお願いしたい箇所がございますので、ご説明させていただきます。 資料4の別紙1に様式7から様式12まで企画提案書を添付してございます。企画提案書につきましては、業務に対する基本姿勢、情報発信業務ブランディング業務に対しての創意工夫の評価、発信力につきまして評価を行う予定です。補足資料を含めまして、提案書は全体10枚とさせていただきます。内容について、過不足あるようでしたらぜひご意見賜りたいと思います。よろしくお願いします。 続けて、資料4の別紙2、選考基準案についてです。 こちらはガイドラインに基づきまして、それぞれ満点の60%を基準ラインとして設定しています。それで問題ないか、問題あるようでしたら、ご意見をお願いします。 また、説明時間、質疑時間を各15分と取らせていただいておりますけれども、こちらの割合についても問題ないか、ご判断をお願いします。 プレゼンテーションではパソコンを使用することを可能とし、プロジェク

	ター及びスクリーンは区で用意し、あそこは近く参加者に時間持参をさせていただいていただく予定にさせていただきます。 最後に資料５の採点基準表についてです。 評価項目について、疑義ある場合は、ご発言をお願いいたします。 このままでよいかどうかも含めましてご決定いただければと思います。
委員Ａ	提案を頂いて内容を確認する中で、ここはどうなんだろうっていうのって必ずプロポーザルを行っていくと出てくると思う。提案の内容を見ながら、どんなことを聞きたいか出てくると思います。
委員Ｂ	採点基準の部分で、企画提案、主に様式１０が、事業者の力量といいますか、提案の差も出てくるのかなと思います。様式７から様式９は一次採点表の中でリンクされていると思いますが、様式１０の位置付けが、総合的なＰＲをどうしていくかっていうところ全体を記載する様式なのかなとも見えます。様式１０は採点にあたって、どの辺りに落とし込むイメージを持たれているか、参考にお聞かせいただけますでしょうか。
事務局	様式１０については、採点表のどこにリンクさせていくかといった記載がありませんのでしたので、修正します。
委員Ｂ	様式８・９を資料５の（３）情報発信業務・（４）ブランディング業務のところからも、採点をするときに様式１０も加味して採点していくというスタンスでいいですか。それとも別の評価係数としていきますか。例えば、この評価係数がケースでいくとすれば、（３）情報発信業務の評価を様式８、（４）ブランディング業務の評価を様式９としているところに、様式８・様式１０、様式９・様式１０として提案を求めるのがよろしいかと思います。
事務局	（３）情報発信業務と（４）ブランディング業務のいずれにもかかる形で様式８・様式１０、様式９・様式１０という形に整えさせていただく。
委員長	今回、色々出た修正をしてもらうとして、最終的な取扱いは委員長に委任としてよろしいですか。
各委員	（異論なし）
委員長	ご意見ご質問等ございますでしょうか。 決定すべきところ以外でも質問があればお願いします。
委員Ｂ	区には情報発信の専門支援員の方がいたと思います。インフルエンサーとか、その辺りの情報発信の部分で、何を効果測定の基準にするべきかと

	か、そういったところの相談先としてその方に相談すると何か適切なご回答いただけるものなのか、それともちょっと専門分野的にちょっとずれてるのか、どうでしょうか。
委員 E	ご相談いただいて構わないと思います。今、区の X（エックス）の検証等でレポートを 3 ヶ月に 1 回出しています。レポートは支援員が検証から作成までしていますので、当然ポイントは教えてもらえます。どんどんご相談いただいて、活用いただきたいです。月曜日が出勤日で、木曜日はリモートですが、オンラインで会議もできます。 区の X（エックス）については若い方たちが積極的に発信していて、若い力はすごいというのを感じますので、専門員の活用もそうですが、若い職員にとってはなじみがあるので、そうした職員の意見を聞くのはプラスになるとと思います、併用しながら、専門員を使ってみてください。
委員 B	今年 1 月に終わった Paypay 関連事業においても、10 代、20 代の小売で使った金額が少ない、飲食は使っていますが、小売が少ない。商品を買う利用率が他の世代に比べると少ないという結果として出てきています。 10 代が従来 SNS に関心を持つ一番コアユーザーだと思います。そういった方たちが、こういうものを買えたという動画を作れたら、それがうまく周知にも繋がるかなと思っていて。
委員長	色々ご意見が聞けましたので、事務局は作業よろしくをお願いします。連絡事項をお願いします。
事務局	（第 2 回選考委員会の概要を説明）
委員長	それでは、第 1 回港区商店街バズらせプログラム事業業務委託事業候補者選考委員会を終了いたします。 ありがとうございました。