

「大阪市高速電気軌道株式会社（地下鉄新会社）C I 構築等業務委託」に係る  
公募型プロポーザル方式による選定結果について

1 案件名称

大阪市高速電気軌道株式会社（地下鉄新会社）C I 構築等業務委託

2 選定した事業者（契約候補者）

株式会社ジェイアール東日本企画 関西支社

3 学識経験者等の意見を聴取する選定委員による審査の結果

(1) 選定委員名簿（敬称略）

| 氏名    | 職業等                                  |
|-------|--------------------------------------|
| 加藤 司  | 大阪商業大学商学科 教授                         |
| 山野 千枝 | (株)千年治商店 代表取締役                       |
| 山納 洋  | 大阪ガス(株) 地域創造部門近畿圏部ソーシャルデザイン室都市魅力研究室長 |

(2) プレゼンテーションの開催日

平成 29 年 8 月 17 日（木）

(3) 審査基準

| 審査項目                |                      | 評価の着眼点   | 配点  |
|---------------------|----------------------|--|-----|
| 専門知識・業務方針           | 一般的なC I 構築に対する考え     | C I やブランディングに対する専門知識を有しているか  | 10  |
|                     | 業務実施方針および作業設計        | <ul style="list-style-type: none"> <li>発注者のC I 構築の目的および企業理念を十分に理解しているか</li> <li>発注者のC I 構築の目的を達成するための具体的な手法が提案されているか</li> <li>これまでの実績や経験を活かした提案がなされているか</li> </ul>   | 20  |
|                     | スケジュールおよび実施体制        | <ul style="list-style-type: none"> <li>実現可能な構築スケジュールであるか</li> <li>今後の展開等を考慮し、C I 構築の効果を最大限に発揮することができるスケジュールであるか</li> <li>各業務において適切かつ必要なスタッフの動員計画や実施体制がとられているか</li> </ul>   | 20  |
| 企画提案力               | 発注者が指定する駅での愛称・ロゴ等の披露 | <ul style="list-style-type: none"> <li>注目度を高めることのできる演出が提案されているか</li> <li>利用者の安全性や流動、列車の運行に与える影響を十分に配慮したものか</li> </ul>  | 10  |
|                     | 記念セレモニー              | <ul style="list-style-type: none"> <li>会場の場所（立地・交通の便など）、規模（大きさ・グレード）が適切か</li> <li>注目度を高めることのできる実施内容が提案されているか</li> </ul>  |     |
|                     | 当面の間のP R             | <ul style="list-style-type: none"> <li>短期間で拡散できるか</li> <li>実現可能な内容か</li> </ul>   | 10  |
| 積算の妥当性              |                      | 費用積算根拠の妥当性のあるものとなっているか   | 10  |
| C I 構築実績            |                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>本業務を遂行する十分な実績（その効果を含む）を有しているか</li> <li>事業（プロジェクト）規模</li> <li>開発したロゴ等がコンセプトにそったものか（機能性や普遍性など）</li> <li>C I 構築（ブランディング）の効果（認知度など）</li> <li>C I 構築（ブランディング）を成功させるために実施した工夫や手法が効果的なものか</li> </ul> | 20  |
| 今後想定されるブランディング展開（案） |                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>C I 構築を一過性のものではなく、中長期的に浸透させていくことができるか</li> <li>発注者の企業ブランドの認知度や信頼度を高める優れた提案であり、かつ効果的であるか（仕掛け・訴求効果）</li> <li>実現可能な内容か</li> </ul>  | 20  |
| 合計                  |                      |  | 120 |

(4) 審査を行った事業者

株式会社ジェイアール東日本企画 関西支社 ほかに7者

全8者

(5) 審査の結果（選定委員の評価点の合計）（合計点の高い順）

| 審査項目                |                      | 評価の着眼点   | A   | B   | C   | D   | E   | F   | G   | H   |
|---------------------|----------------------|--|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| 専門知識・業務方針           | 一般的なC I構築に対する考え      | C Iやブランディングに対する専門知識を有しているか   | 24  | 24  | 26  | 24  | 22  | 24  | 20  | 24  |
|                     | 業務実施方針および作業設計        | <ul style="list-style-type: none"> <li>発注者のC I構築の目的および企業理念を十分に理解しているか</li> <li>発注者のC I構築の目的を達成するための具体的な手法が提案されているか</li> <li>これまでの実績や経験を活かした提案がなされているか</li> </ul>   | 52  | 52  | 44  | 48  | 40  | 40  | 32  | 36  |
|                     | スケジュールおよび実施体制        | <ul style="list-style-type: none"> <li>実現可能な構築スケジュールであるか</li> <li>今後の展開等を考慮し、C I構築の効果を最大限に発揮することができるスケジュールであるか</li> <li>各業務において適切かつ必要なスタッフの動員計画や実施体制がとられているか</li> </ul>  | 48  | 48  | 40  | 40  | 44  | 36  | 32  | 32  |
| 企画提案力               | 発注者が指定する駅での愛称・ロゴ等の披露 | <ul style="list-style-type: none"> <li>注目度を高めることのできる演出が提案されているか</li> <li>利用者の安全性や流動、列車の運行に与える影響を十分に配慮したもののか</li> </ul>   | 11  | 10  | 9   | 8   | 10  | 9   | 8   | 3   |
|                     | 記念セミナー               | <ul style="list-style-type: none"> <li>会場の場所（立地・交通の便など）、規模（大きさ・グレード）が適切か</li> <li>注目度を高めることのできる実施内容が提案されているか</li> </ul>  | 11  | 10  | 10  | 8   | 10  | 3   | 5   | 5   |
|                     | 当面の間のPR              | <ul style="list-style-type: none"> <li>短期間で拡散できるか</li> <li>実現可能な内容か</li> </ul>   | 24  | 24  | 18  | 20  | 18  | 18  | 18  | 10  |
| 積算の妥当性              |                      | 費用積算根拠の妥当性のあるものとなっているか   | 22  | 20  | 20  | 22  | 20  | 20  | 18  | 16  |
| C I構築実績             |                      | <p>本業務を遂行する十分な実績（その効果を含む）を有しているか</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>事業（プロジェクト）規模</li> <li>開発したロゴ等がコンセプトにそったものか（機能性や普遍性など）</li> <li>C I構築（ブランディング）の効果（認知度など）</li> <li>C I構築（ブランディング）を成功させるために実施した工夫や手法が効果的なものか</li> </ul> | 48  | 48  | 44  | 36  | 40  | 40  | 36  | 40  |
| 今後想定されるブランディング展開（案） |                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>C I構築を一過性のものではなく、中長期的に浸透させていくことができるか</li> <li>発注者の企業ブランドの認知度や信頼度を高める優れた提案であり、かつ効果的であるか（仕掛け・訴求効果）</li> <li>実現可能な内容か</li> </ul>   | 48  | 48  | 44  | 36  | 32  | 32  | 28  | 28  |
| 合計                  |                      |  | 288 | 284 | 255 | 242 | 236 | 222 | 197 | 194 |