

# 入札説明書

令和 7 年 11 月 18 日

公益財団法人住宅リフォーム・紛争処理支援センター

公益財団法人住宅リフォーム・紛争処理支援センターの「施行前 2 号保険付き住宅の取得者等向け周知広報業務」に係る入札公告（令和 7 年 11 月 18 日付）に基づく入札については、下記に定めるところによる。

## 1. 業務概要

### (1) 件名

施行前 2 号保険付き住宅の取得者等向け周知広報業務

### (2) 業務目的

「特定住宅瑕疵担保責任の履行の確保等に関する法律」の改正（以下「法改正」という）により、保険付き住宅の専門家相談及び紛争処理の対象が 2 号保険に拡大されたこと、改正法全部施行前に加入した保険も拡大対象であることの周知を行い、更なる認知度向上と利用促進を図ることを目的とする。

また、既存住宅購入後のリフォームや、購入後に不具合等が発覚するなどのトラブルを防止するための消費者向け注意喚起をするとともに、万が一トラブルがあった消費者も専門家相談が受けられることの周知もあわせて本業務の目的とする。

### (3) 業務内容

ウェブ広告（バナー広告・動画広告）の運用及び効果検証。詳細は仕様書のとおり。

なお、本業務は、契約金額（入札金額）を上限とし、財団の指示に基づく運用の実績に応じて精算するものであるが、同様の業務を実施した昨年度は契約金額の 52.3%の金額で精算していることに留意すること。

### (4) 履行期限

契約の翌日より、令和 8 年 3 月 31 日（火）までとする。

## 2. 入札書として提出するもの

### (1) 入札金額を記載した書面（様式 1） 1 部

### (2) 企画提案書 正本 1 部、副本 7 部

#### ①企画提案書に記載する内容

##### ア 実施体制

- ・統括責任者、スケジュール管理者、窓口担当者等を置き、それぞれの役割分担を明確にすること。外部委託する場合は、委託業務の範囲を明確にした上、商号または名称、住所、電話番号、担当者名を明記すること。

##### イ スケジュール

- ・仕様書を踏まえ、本業務の全体について工程表、スケジュールを提示する。
- ・仮に、財団からの仕様書「3. 業務内容(1)ウェブ広告⑤配信回数等」に記載の配信の指示は令和 8 年 1 月 20 日（火）、2 月 20 日（金）、3 月 23 日（月）とし、業務完了報告書等は 3 月 27 日（金）に提出するものとして、スケジュールを作成する

こと。

ウ 業務実績

- ・主たる担当者の、認知度向上や利用促進、制度の理解促進を目的としたウェブ広告の運用及び効果検証について、直近3年以内の同種・類似の業務実績（実施内容や予算規模等）及びその成果（秘密保持契約等の制約がある場合は、記載できる範囲で構わない）、本業務に活かせる業務経歴、資格などを具体的に提示する。

エ ターゲティング

- ・本件の業務目的を踏まえ、本広告の訴求対象として相応しい属性について分析を行い、根拠を示した上でターゲティングの方針を提案する。

オ 実施媒体、配信手法

- ・上記ターゲティング及び提案者の過去実績等から、効果的な実施媒体等について提案する。
- ・バナー広告については下記目標値を達成するための表示回数、クリック数・率、クリック単価等を提案し、動画広告については左記バナー広告の提案と同額の費用をかけた場合の表示回数、視聴数・視聴完了数、視聴単価等を提案する。

バナー広告目標値： 表示回数 3,900 万回以上、クリック率 0.3%以上

②企画提案書の形式

- ・大きさはA4版両面印刷（縦横不問）とし、20ページ以内とする。
- ・企画は、企画提案書に全て記述することとし、本書以外の資料の添付は認めない。
- ・正本は代表者印を押印のうえ、提出する。なお、統括責任者は本企画提案に係る一切の責任を負う者を指す。また、窓口担当者は財団からの連絡を受け取る者を指す。
- ・各ページにおいては、そのページが何を記述しているのかを明らかにするために、ページ左上に見出しを付けること。
- ・各ページの下部に通し番号を印字する。
- ・文字のサイズは11ポイント以上とする。

(3) 誓約書（様式2） 1部

(4) 「入札公告 2. 競争入札参加資格(3)」を証明する疎明資料 1部

(5) 「入札公告 2. 競争入札参加資格(4)」を証明する疎明資料（担当者の名刺等） 1部

(6) 見積書 1部

- ・様式は問わない。
- ・項目ごとの内訳を記載すること。

3. 入札書の提出にあたっての注意事項

- (1) 本説明書を熟読し、承諾のうえで本件入札に参加すること。
- (2) 入札書の作成及び提出に要する費用は、提案者側の負担とする。
- (3) 参加者は、本件入札に関して知り得た秘密を他に漏らしてはならない。
- (4) 入札書の提出後は、不知又は不明を理由とした異議申し立てはできない。
- (5) 提出された入札書の差し替え及び再提出は認めない。
- (6) 提出された入札書は返却しない。

4. 入札価格と企画等提案の得点配分

入札価格と企画等提案の得点配分は 5 対 5 とし、それぞれの最高点は 50 点とする。その合計点で落札者を決定する。

5. 入札価格の得点化の方法

入札価格の得点化の方法については、加点方式とする。

入札価格の得点＝入札価格に係る得点配分×（1－入札価格／予定価格）

6. 企画提案書の評価の観点等

別表 1 に記載する評価項目・評価の観点により評価する。

7. その他

(1) その他詳細は、仕様書による。

(2) 本説明書及び仕様書に定める事項の他、総合評価落札方式にあたって必要な変更等が生じた場合は、別途公告又は通知する。

以上

## 評価項目及び評価基準

| 評価項目                           | 評価基準 [評価の観点]                                                                                    |
|--------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>I. 組織概要、業務実施体制</b>          |                                                                                                 |
| 組織概要・<br>実施体制                  | <u>本業務を円滑に遂行できる十分な実施体制になっているか。</u>                                                              |
| <b>II. 業務実績等</b>               |                                                                                                 |
| 組織の<br>業務実績                    | <u>直近 3 年以内に、本業務と同種・類似業務を行っているか。</u>                                                            |
|                                | 直近 3 年以内に、本件と同種・類似業務の実績が豊富にあるか。                                                                 |
| 主たる担当者の<br>業務実績及び能力            | ウェブ広告の運用、ウェブマーケティング・解析に係る専門的な資格を有し、豊富な知識・経験を備えているか。                                             |
| <b>III. 全体の工程表・スケジュール</b>      |                                                                                                 |
| スケジュール                         | 工程に現実性、具体性、合理性があるか、無理なく進められる計画か。                                                                |
| <b>IV. ウェブ広告のターゲティング・実施媒体等</b> |                                                                                                 |
| ターゲティング                        | 訴求対象の分析が、本業務の目的に沿った相応しいものになっているか。                                                               |
| 実施媒体・<br>配信手法                  | ターゲティング結果を踏まえ、選定理由や実施金額の配分に加え、各媒体・手法別の想定表示単価、想定クリック率、想定クリック単価などを示したうえで、最も効果的な実施媒体・配信手法を提案しているか。 |

※太字・下線の評価基準は必須項目であり、各項目とも各評価者は満点又は 0 点で採点し、0 点をつけた場合は、他の項目もすべて 0 点とする。過半の評価者が 0 点をつけた場合、その参加者は失格とする。

※必須項目以外は加点項目であり、上限～0 点（【不適と判断する内容（例：求めた内容が提案されていない等）】）まで 1 点きざみで採点する。