

仙台・宮城観光誘客プロモーション業務 質問に対する回答

令和7年5月28日

No.	質問	回答
1	参加資格について 募集要領 第2 応募資格の3に「この事業の募集開始時から企画提案提出時までの間に、宮城県の物品調達等に係る競争入札の参加資格制限要領（令和2年4月1日施行）に掲げる資格制限の要件に該当する者でないこと。」との記載がありますが、宮城県の物品調達等に係る競争入札の参加資格がないと本プロポーザルの参加資格は満たしていないということでしょうか？	お見込みのとおりです。
2	参加申込提出書類 ・企画提案参加申込書（様式第2号） ・企画提案応募資格に係る宣誓書（様式第3号） の提出にあたり、捺印は不要でしょうか？	押印は不要です。
3	「仕様書「（1）ランディングページの制作 イ 県内の観光素材について、自然・アクティビティを中心に観光コンテンツを盛り込み、魅力を訴求する季節ごと（秋・冬・春・夏）のランディングページを制作すること。」 →各観光コンテンツのリンク先は、コンテンツの提供者が運営するWEBサイトでよいか。	各コンテンツの提供者が運営するWEBサイトで問題ございません。
4	「第1 募集事項」において「仙台・宮城観光キャンペーン推進協議会（以下「発注者」という。）では、1年を通じて自然を楽しむことができる宮城県の強みを生かし、令和7年度から3年程度にわたり、「自然・アクティビティ」をテーマに、初心者でも楽しめる既存の自然・アクティビティに係るコンテンツのプロモーションを実施することとしている」とあるが、既存の自然・アクティビティに対しどのようなプロモーション、LPの制作を行ってきたか教えてほしい。	従来は実施期間を絞って集中的にプロモーションを行う観光キャンペーンを展開しており、キャンペーンにおいてガイドブックを制作・配布するなどのプロモーションを実施してきたところです。 令和6年度は、「体験・アクティビティ」「自然・絶景」などのカテゴリーで県内の観光コンテンツを集約し、ガイドブックやLPで発信を行いました。
5	「第9 その他必要な事項」契約に関する条件等 （1）著作権等」において「本業務による成果品の著作権は発注者に帰属するほか、発注者は、本業務の成果品を、自らまたは発注者が認めた第三者が使用するために必要な範囲において無期限で随時利用できるものとする。」とあるが、著作権は御県との共同保有での提案でも問題は無いのか。	本業務については、企画提案募集要領に記載のとおり著作権は発注者に帰属するものとします。
6	仕様書「5 委託業務の内容 （3）パンフレットの制作」において「二 印刷部数はそれぞれ3万部とし、規格について提案すること。提案にあたっては、配架や配布等の利便性も考慮すること。」と記載があるが、御県で推奨している版型、用紙サイズ、ページ数などはあるか。	推奨している版型、用紙サイズ、ページ数等はありませんが、配架や配布等の利便性も考慮し提案してください。
7	・パンフレットのページ数の目安の想定はありますか？ （ランディングページの内容を網羅する程度で12ページ前後で）	指定はありませんが、配架や配布等の利便性も考慮し提案してください。
8	ランディングページのサーバーや開発環境に指定はございますか？	指定はありませんが、次年度の委託事業者が異なる場合に滞りなく引継ぎできるようにしてください。
9	四季ごとにランディングページとパンフレットについて、観光地の取材や撮影等の実施も仕様に入っておりますが、公開スケジュール等を鑑みると四季毎の写真を撮影し、それを利用するのが難しいと思いますが、既存の写真素材を活用できる想定でしょうか？（例えば、9/1に秋版を納品・公開とありますが、秋シーズンの撮影より前の時期であるため、素材について提供頂けるのか等どのように考えたら良いかご教示ください）	公開スケジュールの都合等により取材や写真撮影が難しい場合は、委託事業者において取得した既存の写真や、発注者が保有または取得した既存の写真素材も活用可能です。

仙台・宮城観光誘客プロモーション業務 質問に対する回答

令和7年5月28日

No.	質問	回答
10	過去に同様の施策及び関連資料はありますか？	下記URLから各年度に発行したパンフレットをご覧ください。 https://www.sendaimiyagicp.jp/pamphlet/ （上記サイトは5月30日（金）で閉鎖するため、必要に応じてダウンロード等を行ってください。） なお、昨年度までは「観光キャンペーン」としてプロモーションを行っていましたが、今年度は観光キャンペーンではなく四季ごとにプロモーションを行います。
11	昨年度の秋・冬キャンペーンでは広告費はどのくらいで利用しましたか？ また、ディスプレイ広告等と記載がありますが、媒体の指定は特にありませんか？	令和6年度の秋・冬観光キャンペーンでは、広告費として約200万円を計上しております。 また、ディスプレイ広告等の媒体の指定はありません。
12	ランディングページの春版／夏版について、納品形態はどのようになりますでしょうか？（デザインデータのみ／コーディング済みのHTMLデータ等）	納品形態の指定はありませんが、今年度のLP構築・運用と、次年度の委託事業者が異なる場合の速やかな移行及び事業継続に適した形態で納品してください。
13	目標指数の設定にあたり昨年実施した広告媒体及びその実績数値やランディングページのアクセス数をご教示いただけますでしょうか？	令和6年度の秋・冬観光キャンペーンでは、令和6年9月～令和7年3月にInstagram広告及びGDNを実施しました。クリック率はそれぞれ約5.6%、約1.4%です。 また、LPのPV数は約67,000回です。
14	受託者にて手配するサーバーについて指定や条件等がございましたらご教示ください。	指定はありませんが、次年度の委託事業者が異なる場合に滞りなく引継ぎできるようにしてください。
15	WEBプロモーションを実施するにあたり利用できる既存のSNSアカウントはございますでしょうか？	宮城県観光戦略課Instagram（@miyagi_pref_kankou）を利用可能です。