

フランスにおける観光プロモーション実施事業業務委託に係る
公募型プロポーザル 質問票への回答

No.	項目	質問事項	回 答
1	提案書のスタイル	提案書の希望するスタイルを教えてください。 A. 日本政府の公的文書・行政向けの正式なスタイル B. 国際的なマーケティング提案書（Marketing Proposal）スタイル C. 上記A・Bを融合したスタイル	提案書はどのようなスタイルでも構いません。記載が必要な内容については、実施要領をご確認ください。
2	4(2)実施時期	実施時期が11月中下旬とありますが、旅行会社・メディア向けイベントに関して、県で既に想定されている具体的なイベントはありますか。もしあれば、より効果的と思われるイベントをこちらから提案させていただくことは可能でしょうか。	県で既に想定している具体的なイベントはありません。
3	4(3)実施場所	会場が仮押さえがNG、決定優先の場合がございます。 富山県の下承を得られなければ確定できないため企画書提出時に交渉中となる可能性がございます。それでもよろしいでしょうか。	会場が企画書提出時に交渉中でも構いません。受託者の決定後、提案時の会場で実施することができない場合は、同等の効果をもつ会場を提案いただき、県と協議のうえ決定してください。
4	4(3)実施場所	企画書提出期限までに 会場の確定が得られない場合、企画提出を断念する可能性があります。その際は辞退届をご提出となりますでしょうか。	任意の様式で辞退届をご提出ください。
5	4(3)実施場所、集客目安	今回の観光プロモーションの実施場所については『パリ市以外では実施できない』という認識で間違いないでしょうか。	今回仕様書で記載のパリ市でのイベント開催に加えて、独自提案としてパリ市以外でのプロモーションをご提案いただくことは可能です。
6	4(3)実施場所、集客目安 4(4)実施内容	仕様書①～③の観光プロモーションに共通する質問です。それぞれのイベントにおいて、1回につきどの程度の参加者数を想定されていますか。各イベントにおける最低集客数、最大集客数のような目安はありますか。 こきりこ節の踊り手によるパフォーマンスやワークショップにおける同人物の活用などが仕様内に盛り込まれているため、参加者数はその部分に適した人数であるべきだと認識しております。ついては運営上その目安が知りたいというのが本質問の意図となります。	参加者数の想定や最低集客数、最大集客数の目安は特にありません。委託業務の目的を踏まえたうえで、効果的な会場、想定集客数をご提案ください。 （参考）過去に県が欧州で行ったプロモーションイベントにおける参加者数 ※【】内は会場 R7年度(仏)：BtoBセミナー30名、BtoCセミナー20名、ワークショップ（2回）計20名【全てiRASSHAI】 R6年度(英)：BtoB商談会（WTM出展）25社【ExCeL London】、BtoBネットワーキングイベント200名【ジャパンハウスロンドン】、BtoCセミナー（3回）計280名（うちオンライン100名）【ジャパンハウスロンドン等】、地酒PRイベント20名【Kioku Bar】、BtoCワークショップ（2回）計10名【ジャパンハウスロンドン】
7	4(3)実施場所、集客目安	旅行会社・メディア向けイベント、一般消費者向け観光PRイベント及び体験ワークショップについて、県が想定する参加者数、または最低限確保を求める人数があればご教示ください。特に、体験ワークショップについては、1回当たりの想定参加者数があれば併せてご教示ください。 確認理由：仕様書では回数のみ示され、人数は提案者によるKPI設定となっているため。	同上
8	4(3)実施場所、集客目安	過去の事例があれば 会場・集客人数・教えていただきたいです。	同上
9	4(3)実施場所、集客目安	一般消費者向け観光PRイベントですが、想定している人数はどのくらいの規模を想定していますか。	同上
10	4(4)実施内容対象者	本業務で想定する「フランスの高付加価値旅行者」について、県が重視する年齢層、所得層、旅行形態、関心分野等があればご教示ください。 また、例えば、ガストロノミー、伝統文化、自然、ウェルネス、サステナブルツーリズム等のうち、特に重点的に訴求したい分野があればご教示ください。 確認理由：集客媒体、イベント内容、会場選定の前提になるため。	高付加価値旅行者は、「訪日旅行1回あたりの総消費額100万円/人以上の旅行者（国際航空券代は除く）」と捉え、仕様書「2 委託業務の目的」に記載する通り、知的好奇心や探求心が高く、自身の知識を深め、インスピレーションを重視する傾向にある旅行者を想定しています。 特に重点的に訴求したい分野は定めていませんが、自然、食、歴史文化、人々の暮らしなど富山県の多彩な魅力のうち、対象に訴求できると考える内容で自由にご提案ください。

フランスにおける観光プロモーション実施事業業務委託に係る
公募型プロポーザル 質問票への回答

No.	項目	質問事項	回 答
11	4(4)実施内容 ①～③ PRの内容	富山県として、特にPRを強化したい内容はございますか。 例えば、 ・立山黒部アルペンルートや五箇山以外で、 ・今年特に重点的にPRしたい観光地、イベント、グルメ、伝統文化、季節の魅力などがございましたら、教えて下さい。	フランスの高付加価値旅行者に訴求できる内容として自由にご提案ください。
12	4(4)実施内容 ①～③ 伝統文化の魅力発信	こきりこ節の踊り手の実演に関して、踊り手1名を想定されていますが、音源は楽器を持参して生演奏の予定か、音源再生かどのように想定されていますか。	渡航にかかる費用の問題もありますので、音源再生を想定していますが、楽器を持参しての生演奏のご提案も可能です。
13	4(4)実施内容 ①～③ 伝統文化の魅力発信	県が選定するこきりこ節の踊り手1名について、踊りの実演に加え、一般消費者向け体験ワークショップのインストラクターを務めることが可能な方を選定いただける認識でよろしいでしょうか。 また、衣装、楽器、体験用の道具等について、県または派遣者から貸与・提供いただけるものがあればご教示ください。 確認理由：仕様書ではワークショップへの活用を「検討すること」とされており、実際に指導可能かどうかは企画の成立に直結するため。	県が選定するこきりこ節の踊り手1名について、踊りの実演に加え、一般消費者向け体験ワークショップのインストラクターを務めることが可能と認識いただいて構いません。一方で、こきりこ節の踊り手以外の方をワークショップのインストラクターとして提案いただくことも可能です。 こきりこ節の踊り手1名にかかる衣装、楽器、体験用の道具等については、派遣者から貸与・提供する予定としておりますが、輸送費については委託費の中に含めてください。
14	4(4)実施内容 ①～③ 伝統文化の魅力発信	県が派遣する踊り手1名に加えて、現地在住の演者、通訳兼進行役、音楽関係者等を受託者が手配し、実演や体験ワークショップを補助する提案は可能でしょうか。 また、その場合の手配費用を委託料に計上することは可能でしょうか。 確認理由：1名だけで複数回の実演とワークショップを成立させるには、補助者が必要になる可能性があるため。	可能です。必要な経費は委託料に含めてください。
15	4(4)実施内容 ①～③ 伝統文化の魅力発信	体験ワークショップですが、こきりこ節以外にも複数体験の構成でも構いませんか。	複数体験の構成でも構いません。
16	4(4)実施内容 ①～③ 伝統文化の魅力発信	伝統文化の担い手の方物品等について。この内容については具体的な個数・重さ等をご提示いただくことは可能でしょうか。	伝統文化の担い手の物品等については、イベント内容も踏まえて決定することとなるため、受託者の決定後に提示いたします。
17	4(4)実施内容 ①～③ 輸送費	富山県が用意するイベント時に必要な物品等の輸送費用は委託上限額には含めないという認識で間違い不是吗。	県が用意するイベント時に必要な物品として、パンフレットや参加者のお土産等が想定されますが、輸送費は委託上限額に含めてください。
18	4(4)実施内容 ①～③ 写真・動画撮影、二次利用	イベント当日の写真・動画を撮影し、SNS等による事後発信や成果品として使用する場合、県が派遣するこきりこ節の担い手について、撮影及び県・受託者による広報利用の許諾は、県において調整いただける認識でよろしいでしょうか。 確認理由：仕様書では事後のSNS発信と成果物の県帰属が求められており、出演者の肖像・実演利用許諾が必要になるため。	県が派遣者を選定するこきりこ節の担い手についての撮影および県・受託者による広報利用の許諾は、県において調整することも可能です。
19	4(4)実施内容 ① 県内観光事業者等のオンライン参加	旅行会社・メディア向けイベントにおいて、県内の観光事業者、宿泊施設、文化体験事業者等がオンラインで説明・商談に参加する提案は可能でしょうか。 確認理由：富山県の具体的な旅行商品造成につながる独自提案として検討できるため。	可能です。

フランスにおける観光プロモーション実施事業業務委託に係る
公募型プロポーザル 質問票への回答

No.	項目	質問事項	回 答
20	4(4)実施内容 ① イベントの呼び込み	対象の現地旅行会社・ランドオペレーター・メディアの呼び込みに関し、県と協議・調整とありますがよびこみ先リストは県の主導で行う認識でよろしいでしょうか。（現地でのPR運営・実施・効果測定を委託という認識でよろしいでしょうか）	現地旅行会社・ランドオペレーター・メディアへの呼び込み先リストの作成から招待、出席者管理、当日の運営・実施まで一元的に受託者で実施してください。招待者の選定にあたっては、県と協議のうえ決定してください。
21	4(4)実施内容 ① フォローアップの対象期間	仕様書4(4)①(エ)に定める旅行会社、ランドオペレーター、メディア等への「継続的なフォローアップ」は、契約期間である令和9年3月19日まで実施する認識でよろしいでしょうか。 また、県が想定する最低実施回数や、必須となる確認項目があればご教示ください。 確認理由：「継続的」の具体的な頻度と到達点が表示されていないため。	契約期間である令和9年3月19日まで実施する認識で間違いありません。 一過性のイベントではなく、アンケートの回答のフォローアップや富山県に興味がある会社等への情報提供などを想定しており、一律にフォローアップの回数を定めるものではありません。
22	4(4)実施内容 ①② プレゼンテーション資料	プレゼンテーション資料については旅行会社、メディアイベント用と一般消費者向け用と別々に作成されるという認識でよいでしょうか。	プレゼンテーション資料は基本的に同一の資料を用いることを想定していますが、対象に応じて内容を修正する場合があります。
23	4(4)実施内容 ②③ 日程	仕様書4(4)②の「一般消費者向け観光PRイベント（1回以上）」と、③の「一般消費者向け体験ワークショップ（2回以上）」について、同一会場・同一日に連続したプログラムとして実施することは可能でしょうか。 また、同一日に実施する場合、観光PRイベント1回と、時間・参加者を分けたワークショップ2回として計上することは可能でしょうか。 確認理由：土曜日開催を想定する両事業を一体運営できるかによって、会場・集客・運営体制が大きく変わるため。	どちらも可能です。
24	4(4)実施内容 ③ 日程	一般消費者向け体験ワークショップでは実施回数2回以上（土曜日開催想定）とありますが、午前1回午後1回のように同日2回開催でも構いませんか。	同日2回開催でも構いません。
25	4(4)実施内容 ③ 対象者	一般向け体験ワークショップにおいて対象は『一般消費者』と記載があります。一方で『体験ワークショップの内容は高付加価値旅行者等に訴求可能な内容とする』と対象が異なるような印象を受けますが、この点の具体的な住み分けはどのようにお考えでしょうか。	この場合の『一般消費者』は、旅行会社、メディア（toB）と区別するために用いた表現であり、『一般消費者』（toC）の中でも高付加価値旅行者を対象とすることを想定しています。
26	4(5)その他の 観光プロモーション	仕様書4(5)に例示されている「富山県産品の商品販売」を提案する場合、販売主体、売上金の帰属、在庫の所有及び売れ残った商品の取扱いについて、県が想定する条件があればご教示ください。 また、販売商品の選定や県内事業者との調整は、受託者が行う認識でよろしいでしょうか。 確認理由：商品販売自体は提案可能ですが、実務・会計上の取扱いが明記されていないため。	仕様書4(5)の例示は、受託者の提案によるものであり、富山県産品の商品販売について、県で具体的に想定している条件は特にありません。企画提案においては想定する県や受託者の役割について、具体的に記載をお願いします。 過去の事業における実績によれば、販売主体は、受託者もしくは販売会場が想定されます。在庫の所有及び売れ残った商品の取扱いについて、買取販売か委託販売かは県内事業者との調整によるものと考えられます。 販売商品の選定や県内事業者との調整は、受託者で行っていただきますが、販売商品の選定にあたっては、県と協議のうえ決定してください。
27	4(5)その他の 観光プロモーション	その他観光プロモーション一例として富山県産品の商品販売とありますがこちらを実施した場合売上・在庫管理等はどのように想定したらよろしいでしょうか。	同上
28	4(5)その他の 観光プロモーション	富山県の「食」の魅力を発信するため、県産食品や日本酒等の試食・試飲をイベントに組み込む提案は可能でしょうか。 その場合、商品選定や県内事業者との調整について、県からの紹介・協力を受けることは可能でしょうか。なお、調達、輸送、通関等の必要経費・手続きは受託者が負担・実施する認識です。 確認理由：試食・試飲は禁止されていませんが、県産品の選定・県内調整の役割分担が不明なため。	県産食品や日本酒等の試食・試飲をイベントに組み込む提案は可能です。商品の選定や県内事業者との調整について、県からは可能な範囲で紹介・協力を行います。

フランスにおける観光プロモーション実施事業業務委託に係る
公募型プロポーザル 質問票への回答

No.	項目	質問事項	回 答
29	4(6)その他 県から提供さ れる観光素材	仕様書4(6)①及び③に記載された、県が提供するパンフレット、ポスター、動画等について、現時点で提供可能な素材の種類、言語、数量、データ形式をご教示ください。 また、フランス語版の既存資料、写真、ロゴ、観光映像等を企画提案書の作成段階で提供いただくことは可能でしょうか。 確認理由： 新規に制作・翻訳すべき範囲を明確にするため。	県では、下記のパンフレット、ポスター、動画を保有しており、提供することが可能です。パンフレットのフランス語版についても提供可能です。 <パンフレット> https://www.info-toyama.com/business/brochures <ポスター> https://www.info-toyama.com/business/posters <動画> https://www.youtube.com/@toyamatourisminfo8898 <(参考) 高付加価値旅行者向けホームページ> https://modern-luxury-travel.com/
30	5 KPIの設定 過年度事業に 関する資料	過年度にフランスで実施した富山県の観光プロモーションについて、参加者属性、アンケート結果、メディア掲載実績、旅行会社との商談・商品造成状況等の資料を提供いただくことは可能でしょうか。 また、過年度事業で構築した旅行会社、メディア、会場、協力事業者等との関係を、本業務において引き続き活用することは可能でしょうか。 確認理由： 昨年度からの発展性を示し、過去の成果を踏まえたKPIと企画を設計するため。仕様書には記載されていませんが、重要な質問です。	過年度事業に関する資料については、受託者の決定後、必要に応じて提供いたします。過年度事業で構築した旅行会社、メディア、会場、協力事業者等の関係の活用についても、活用できる範囲を含め、受託者と調整いたします。
31	5 KPIの設定 旅行商品造成 における成果	KPI例に記載された「旅行商品造成に向けた有望案件数」について、履行期間内に旅行商品の販売開始まで至ることを求めるものでしょうか。 それとも、旅行会社との具体的な協議、モデルコースへの組み込み検討、見積依頼、現地視察・来県検討等の段階も有望案件として整理することが可能でしょうか。 確認理由： 旅行商品の造成には一定期間を要するため、成果の判定基準を確認する必要があるため。	履行期間内に旅行商品の販売開始ができれば理想ではありますが、求めるものではありません。 旅行会社との具体的な協議、モデルコースへの組み込み検討、見積依頼、現地視察・来県検討等の段階も有望案件として含めて構いません。
32	5 KPIの設定	本事業において、富山県が最も重要視されている成果(KPI)はどのようなものでしょうか。 例えば、以下のような項目のうち、優先順位がございましたらお知らせください。 ・団バントの実施品質・参加者満足度 ・会場者数・参加者数 ・メディア露出やSNS等による情報発信効果 ・団バントを契機とした旅行商品の造成・送客促進 ・フランス市場における富山県のブランド認知度向上・ブランドイメージの構築	委託事業の趣旨を踏まえて、重要なKPIの項目をご提案ください。
33	県関係者の旅 費	仕様書4(4)①(ア)及び②(ア)に記載された、観光PRプレゼンテーションを行う「県関係者」について、渡航費、宿泊費、現地交通費等は県が別途負担する認識でよろしいでしょうか。 また、現時点で想定する県関係者の人数、役職及び現地滞在日程があればご教示ください。 確認理由： こきりこ節の担い手の費用負担は明記されていますが、県関係者については明記されていないため。	県関係者の渡航費、宿泊費、現地交通費等は県が別途負担します。 現時点で想定する県関係者の人数は4名程度で、現地滞在日程はイベントの開催スケジュールにあわせて決定する予定です。
34	県関係者の旅 費	県関係者は当案件に対し何名現地に訪問予定でしょうか。	4名程度の予定です。
35	県関係者の旅 費	その際想定されている旅程は何日間を予定していますか。	旅程は、イベントの開催スケジュールにあわせて決定する予定です。
36	県関係者の旅 費	県職員の旅費は委託上限額の中に含まれていますでしょうか。	県関係者の渡航費、宿泊費、現地交通費等は県が別途負担します。