

台湾向け公式SNS運用及びマイクロインフルエンサー活用プロモーション業務委託に係る企画提案協議に関する質問・回答

2026年5月18日

秋田県観光戦略課インバウンド・クルーズ誘客推進室

番号	資料名称	該当ページ	該当項目	質問内容	回答
1	募集要領	2	4-(5)	日本国内の法人ではなく、海外(台湾等)の企業でも単独で参加することは可能でしょうか。	可能です。日本国内における所在地の有無は問いません。ただし、本業務を円滑に遂行するため、提案資料の作成、プレゼンテーション、業務連絡、実績報告等において、日本語による対応が十分に可能な実施体制を有していることが条件となります。また、契約金額の見積りおよび県からのお支払いは、すべて日本円によるものとします。
2	募集要領	2、4	4-(5) 9-(3)	募集要領に「秋田県財務規則第178条の規定に該当する場合は、契約保証金を免除する」とありますが、具体的な要件を教えてください。また、海外企業の場合の扱いはどうなりますか。	過去2年以内に、国または地方公共団体等において同種の業務を受託し、完了した実績がある場合などは、契約保証金(契約金額の10%)が免除となります。海外企業が単独で応札する場合も同様に、過去の国・自治体等との契約内容を示す契約書の写し等をご提出いただき、実績が確認できれば免除の対象となります。なお、実績要件を満たさない場合は契約時に保証金を納付いただきますが、業務完了後に全額還付いたします。
3	仕様書	2	3-(2)	「公式アカウントの定期運用業務」について、SNSの投稿素材(テーマ・画像・繁体字テキスト等)は秋田県から支給されるのでしょうか。	投稿に使用する基本的な画像素材等については、県から提供する予定です。ただし、テキスト(自然な繁体字でのキャプション等)の作成や画像の加工等については受託者にて行っていただきます。また、インフルエンサー施策等との相乗効果を高めるため、県からの支給素材に頼らない柔軟で魅力的な投稿内容の提案も歓迎いたします。
4	仕様書	3	3-(3)	仕様書「3 業務内容」に記載されている各業務について、予算上限の範囲内で最大の効果(KPI)を達成するため、各施策のウェイト(比重)を変更する提案は可能でしょうか。例えば、本業務の目的においてより重要と考えられる「インフルエンサー施策」に予算を手厚く配分し、その分「公式SNSアカウントの定期運用(週2回程度の投稿)」の頻度を減らすなど、KPI達成に向けた最適な解決策として柔軟な提案を行ってもよいでしょうか。	本業務の実施にあたっては、仕様書に記載する業務内容を原則として満たしていただくことを想定しております。しかしながら、本業務の目的及びKPIを達成する上で、より効果的かつ効率的であるという明確な根拠や合理的な理由がある場合に限り、各業務のウェイト(比重)の調整や代替手法を含む柔軟な提案を認めます。仕様書の条件を変更する提案を行う場合は、企画提案書において「その配分・手法が最適である理由」および「見込まれる効果」を具体的に明記してください。
5	仕様書	2	3-(2)	投稿内容(テーマや企画案)や、実際の投稿文(日本語・繁体字テキストなど)についても県側で用意されるのでしょうか。それとも受託者側で企画・作成を行う想定でしょうか。	投稿のテーマ設定や企画、および投稿文の作成はすべて受託者側で行っていただく想定です。本業務では、単なる画像の投稿ではなく、台湾人ユーザーに好まれるアカウント全体のコンセプト設計や「年間投稿計画」の作成を受託者をお願いしています。そのため、県から提供する画像等の基本素材をベースにしつつ、ターゲット層に響くテーマの企画、自然な繁体字でのキャプション作成、適切なキーワードやハッシュタグの選定等は、受託者の専門的なノウハウをもって実施していただきます。秋田県内のコンテンツ(見頃や開催期間など)に関する質問は随時受け付けます。
6	仕様書	2	3-(2)	SNSの投稿画像は秋田県様よりご支給いただくとのことですが、投稿内容(テーマ設定と投稿文など)につきましても、秋田県様側で日本語の原稿をご用意いただく想定でしょうか。それとも、実施会社側にて企画・投稿文作成まで行う想定になりますでしょうか。	県から日本語の原稿(テキスト素材)を提供する想定はしておりません。県からの提供画像(または独自にご用意いただいた画像)をベースに、実施会社側にて企画から繁体字テキストの作成までを行っていただきます。
7	仕様書	3	3-(1)	マイクロインフルエンサー(フォロワー1万人以上)を計10名以上選定・起用し、公式SNSを週2回程度更新するという条件につきまして、ご予算の兼ね合いにより実施が難しい場合、下記のような形で柔軟に調整することは可能でしょうか。 ① フォロワー10万人以上のKOLを4名含め、全体のKOL人数を計6名程度とする代わりに、公式SNS投稿は仕様通り週2回程度実施します。 ② 仕様通り、フォロワー1万人以上のマイクロインフルエンサーを計10名起用し、そのうち2名程度はフォロワー10万人以上のKOLを起用しますが、その代わりに公式SNS投稿頻度を週1回程度に調整します。	最大の効果(コンバージョン等)を生むためであれば、インフルエンサーの起用人数やSNS投稿頻度の調整を含む柔軟な独自提案を基本的に歓迎いたします。企画提案書において、その手法が実際の予約等(コンバージョン)に結びつく最適な手段であるという理由と、見込まれる効果を明記してください。

8	仕様書	1	3-(1)	動画投稿にあたり、マイクロインフルエンサーが自由取材になるのでしょうか。それとも指定な内容やコンテンツがありますか。また、各訪問先の取材許可などの申請も必要という認識で間違いないでしょうか。(特にJR関連)	取材先については、コンテンツ(食・文化・体験・エリア等)の重複を避けるため、受託者から効果的なスポットをご提案いただき、県と協議の上で決定します。また、各訪問先への事前の取材交渉や撮影許可申請(JR関連を含む)については、受託者の責任において確実に行っていただきます。
9	仕様書	1	3-(1)	マイクロインフルエンサーが過去に取材した素材を再編集したうえで投稿する形でも問題ないでしょうか。	許可や権利の面(著作権や肖像権等)に問題がなく、かつ本業務のテーマに合致して最大の効果を生むものであれば、過去に取材した素材を活用していただくことは可能です。コンバージョンにつながる有効な独自提案として歓迎いたします。
10	仕様書	2	3-(2)	週2回の定期投稿ですが、貴県が提供する既存素材をベースに、受託者が繁体字(台湾華語)で文書を作成し、投稿するイメージでよろしいでしょうか。	基本的にはご認識の通りですが、許可・権利等に問題のない独自の画像素材等をお持ちの場合は、それらを活用していただいても構いません。その上で、受託者にてターゲット層に合わせた自然な繁体字でのテキスト作成やハッシュタグ選定を行い、投稿を行っていただきます。
11	仕様書	3	4-③	予約サイトへの総遷移数(クリック数)は該当投稿内すべてのリンクの合計値ですか。それとも各リンクのクリック数を指していますか。	KPI(目標数値)としては、「対象となるすべての投稿における、指定リンクの合計クリック(遷移)数」を設定していただきます。本業務では「コンバージョン(実際に予約等の行動につながったかどうか)」を判断基準として重視しておりますので、毎月の運用報告の際には、効果検証のため各リンクごとの内訳実績等についてもご報告いたします。
12	仕様書	3	5-(3)	制作した動画データを成果物として提出する必要があるとの部分ですが、その動画を他の市場や事業に二次利用される予定がありますか。	県において、提出された動画を「自由に使える素材」として永続的にストックし、目的外に流用することを主眼としているわけではありません。本業務における二次利用の主な目的は、制作された魅力的なコンテンツの波及効果を最大化することにあります。具体的には、インフルエンサーから提供された素材や動画を、県公式SNSアカウント(Instagram、Facebook、Threads等)において、短尺動画への再編集や再投稿といった形で、本事業の目的に沿って戦略的に活用することを想定しています。そのため、「撮影した素材をどのように二次展開すれば、より効果的に秋田の魅力を拡散し、コンバージョン(予約)に繋げられるか」といった、プロの視点による積極的な活用提案(独自提案)を強く歓迎いたします。
13	仕様書	2	3-(2)	既に撮影が済んでいる手持ちの素材を使用することは可能でしょうか。	許可や権利の面(著作権や肖像権等)に問題がなければ、受託者が既にお持ちの素材をご活用いただくことは可能です。公式アカウントのトーン&マナーに合致し、本県の魅力発信やコンバージョン獲得に寄与する有効な独自提案として歓迎いたします。