

令和4年度インバウンド向け観光デジタルプロモーション推進事業 企画提案募集要領

令和4年度インバウンド向け観光デジタルプロモーション推進事業（以下「本事業」という。）を委託するにあたり、公募型プロポーザル方式により企画提案を募り、応募した事業者から優れた提案及び能力を有し最も適格と判断される事業者を選定するために必要な事項を定めるものである。

第1 募集事項

1 案件名 令和4年度インバウンド向け観光デジタルプロモーション推進事業

2 事業目的

令和元年における外国人延べ宿泊者数は53万人を超え、震災前の3倍以上に上り、本県のインバウンドはこれまで順調に回復・拡大してきたが、新型コロナウイルスの世界的な感染拡大により、各国との往来が制限されたことで、令和2年における外国人延べ宿泊者数は約12万2千人、令和3年は約3万8千人に留まり、大幅に減少している状況が続いている。

また、新型コロナウイルスの影響による外出自粛等の影響を受けて観光需要は大きく減少し、県内の宿泊事業者、旅行業者をはじめ、地域の交通事業者や飲食業者、物品販売業者といった多くの観光事業者に甚大な影響が生じている。

しかし、感染症収束後の中長期的スパンにおいて、インバウンド誘客に大きな可能性があることは今後も同様である。日本では、緩和されつつあるものの出入国制限が続いているが、欧州等の一部の国においては、既に入出国制限が撤廃されており、海外旅行再開に向けた動きが活発に見られていることから、今後訪れる訪日旅行再開に向けて、引き続き、インバウンド向けのプロモーション及び受入環境整備を行うことが必要である。

本事業においては、インバウンドの情報収集源において、SNSやブログなどの割合が高くなっており、旅行手配においても、ウェブサイトからの申し込みが7割を超えるなど、観光業界において、デジタルの利用が一般化していることから、デジタルを活用して効果的・効率的なプロモーションを行うとともに、効果検証を実施し、今後のインバウンド施策の展開に繋げるものである。

3 契約期間

契約締結の日から令和5年3月31日（金）まで

4 事業費（委託上限額）

19,999,000円（消費税及び地方消費税の額を含む。）

5 業務内容

(1) 宮城県インバウンド用 WEB サイト「VISIT MIYAGI」の運用・管理

イ 以下のとおり多言語展開している宮城県インバウンド向け WEB サイト「VISIT MIYAGI」(以下「VM」という。)の運営・管理を行うこと。

- (イ) 英語 <https://visitmiyagi.com/>
- (ロ) 繁体字 <https://tw.visitmiyagi.com/>
- (ハ) 簡体字 <https://zh.visitmiyagi.com/>
- (ニ) 韓国語 <https://kr.visitmiyagi.com/>
- (ホ) タイ語 <https://th.visitmiyagi.com/>

ロ VM の最適化

宮城県への誘客に係る市場ごとの状況やニーズを整理した上で、ユーザー目線で最も使いやすいインバウンド向け WEB サイトとなるよう、WEB サイト最適化に取り組むこと。

ハ SEO 対策

検索エンジンの SEO (検索エンジン最適化：インターネット検索結果において高い順位に表示) 対策を実施すること。

ニ 掲載済みの記事の更新

イベント情報など掲載済みの記事について、発注者と協議をしながら、必要に応じて掲載情報の更新等を実施すること。

ホ 新規記事の追加

- (イ) 各言語の掲載記事数のバランスを踏まえて、英語以外の言語について、それぞれ30件以上の新たな記事を追加すること。なお、ネイティブライターにより既存記事を翻訳し、新規記事を追加することを妨げるものではない。
- (ロ) 新規記事の追加にあたっては、既存記事の地域バランスやテーマバランスに加え、各市場のニーズの特色を踏まえて追加すべき記事をその理由とともに提案すること。

ヘ モデルコースの追加掲載

- (イ) 各言語の掲載モデルコース数のバランスを踏まえて、新たにモデルコースを追加すること。なお、昨年度事業において別途モデルコースを制作しているため、過年度事業制作のモデルコースを参考にしながら、発注者と協議をした上でモデルコースの追加掲載を行うこと。
- (ロ) 追加するモデルコースについて、二次交通を含めて移動手段に関する情報を明記すること。

ト 定期的な編集会議の実施

定期的に発注者の指定する場所で面談による編集会議を実施すること。

チ Google Analytics 及び Google タグマネージャー管理

- (イ) 本業務の PDCA サイクルの確立やオーディエンスリストの蓄積のため、各種計測タグ等、業務にかかわるタグを設定すること。
- (ロ) 業務の目的を定義するため、発注者及び管理運営受託者と協議の上、WEB サイトの目標を Google Analytics で測定できる指標で設定すること。

リ その他

- (イ) システム環境の概要、運用・保守体制及びセキュリティ対策等を実施すること。なお、不具合が生じた場合を想定し、受注者の連絡体制を構築し、速やかにトラブルの原因を解消すること。
- (ロ) 必要に応じて、東北観光推進機構が構築する DMP（以下「東観推 DMP」という。）との連携に関する調整及びデータ提供等を実施すること。
- (ハ) 最適化や記事更新等の各業務を実施する言語については、発注者と随時協議して、決定すること。
- (ニ) VM への記事掲載基準について、発注者と協議をしながら、必要に応じて、改訂を実施すること。
- (ホ) その他、VM の運用・管理に必要な業務を行うこと。

(2) デジタルを活用したプロモーション

イ ターゲットとなる国・地域

- (イ) アジア市場：台湾，中国，香港，韓国及びタイとする。
- (ロ) 欧米等市場：主に米国とする。
- (ハ) 上記のうち、台湾市場を最重点市場とする。なお、上記以外の国・地域をターゲットとすることを妨げるものではないが、その場合、ターゲットとした理由を明記すること。

ロ 本事業で目指すべき姿

日本政府観光局（JNTO）が示す訪日旅行のファネル（A 非認知，B 認知，C 興味・関心，D 比較・検討，E 予約・購入）のうち、A 非認知から B 認知へと促すための「① 旅先としての宮城県の認知率向上」、B 認知から C 興味・関心へと促すための「② 旅先としての宮城県の興味・関心度向上」、C 興味・関心から D 比較・検討へ促すための「③ 旅先としての宮城県の想起率向上」の 3 つを目標として目指すこととする。

ハ 市場別のターゲティング

- (イ) 過年度事業や東北観光推進機構が運営する東北観光 DMP 等より各市場別のメインターゲット、訴求テーマは以下のとおりとし、優先的に予算を配分すること。

① 台湾

メインターゲット：A_40代女性，B_30代女性，C_50代女性，D_30代男性，E_40代男性
訴求テーマ：A_健康・食拘り，B_自然，C_Sports Outdoor，D_体験，E_グルメ

② 中国

メインターゲット：A_20代女性，B_30代男性，C_30代女性，D_40代男性，E_20代男性

訴求テーマ：A_体験, B_アート・文化, C_文化・歴史, D_自然, E_グルメ

③ 香港

メインターゲット：A_50代女性, B_30代男性, C_40代男性, D_50代男性, E_60代男女

訴求テーマ：A_アート・文化, B_文化・歴史, C_学び旅, D_体験, E_温泉

④ 韓国

メインターゲット：A_20代男性, B_30代男性, C_40代男性, D_70代以上男性, E_50代男性

訴求テーマ：A_お土産, B_Sports Outdoor, C_グルメ, D_アート・文化, E_文化・歴史

⑤ タイ

メインターゲット：A_30代女性, B_30代男性, C_40代女性, D_20代女性, E_20代男性

訴求テーマ：A_アート・文化, B_文化・歴史, C_体験, D_自然, E_Sports Outdoor

⑥ 米国

メインターゲット：A_20代男性, B_30代男性, C_40代男性, D_20代女性, E_30代女性

訴求テーマ：A_温泉, B_アート・文化, C_文化・歴史, D_体験, E_自然

- (ロ) 上記以外のターゲットを行うことを妨げるものではないが、その場合は、メインターゲットや訴求テーマ等を明記し、その根拠を示すこと。

ニ メディアプラン

- (イ) 上記市場別のターゲット等をつまえて、各市場に効果的・効率的にターゲット層に訴求できるデジタルを活用した広告配信の媒体（バナー広告、動画広告、旅行メディアなど）を組み合わせたメディアプランを提案すること。
- (ロ) メディアプランの提案にあたっては、どういった広告媒体であるか基本的な情報やターゲットの内容、事業効果（見込み）を具体的に示し、選定根拠を記載すること。
- (ハ) 広告誘引先のランディングページ（以下「LP」という。）はVM上に設定することとし、必要に応じて、新たにLPを制作すること。なお、既存のページをLPに設定することを妨げるものではない。
- (ニ) 市場別の予算配分に関しては、これまでの訪日実績等を踏まえつつ、その理由とともに提案すること。
- (ホ) 配信期間を通じて、広告内容、利用媒体、配信対象、配信方法、LPへの誘導状況等を分析しながら、発注者と協議しながらターゲットの変更、絞り込み等継続的に改善を図ること。
- (ヘ) 必要に応じて、発注者が過年度事業等で蓄積した各種リマーケティングリストを活用すること。なお、当該リストのデータについては、契約後に提供するものとするが、当該リストの編集等が必要となる場合は本事業費に含めること。

ホ 広告クリエイティブ

- (イ) 本事業で実施する広告配信において、各市場のターゲットを踏まえて、最適なクリエイティブ等を制作すること。なお、発注者が所有する動画及び画像を使用及

び編集することも可能とする。

- (p) クリエイティブに使用する観光コンテンツ等について、各市場の訴求テーマに沿った相応しいものをその理由とともに提案すること。
- (h) 発注者が所有する動画及び画像を使用及び編集する場合は、発注者との協議の上で、編集等の作業を実施すること。

へ 旅行博など現地イベントと連動したデジタルプロモーション

- (i) 特に台湾市場に関しては、デジタルプロモーションの効果測定に旅行博等の現地イベントを活用するなど、オンライン（デジタル）とオフラインを組み合わせたプロモーションを実施すること。
- (p) 効果測定はアンケートによるものとし、例えば、事前に宮城県の広告に触れたかどうかや宮城県への興味関心度などを聞き取ることで、ターゲット層に効果的にアプローチできているか分析すること。
- (h) 旅行博など現地イベントと連動したデジタルプロモーションを実施するにあたり、適切な現地イベントを提案すること。なお、現時点で宮城県として、①大台南旅行博、②東北感謝祭への出展を予定しており、これらのイベント等と事業間連携することを妨げるものではない。

ト その他、デジタルを活用したプロモーションに必要な業務を行うこと。

(3) 事業間連携

イ 宮城県の別事業「令和4年度誘客促進情報発信事業」（以下「SNS事業」という。）において、以下のとおり SNS を活用した情報発信を実施しており、SNS に配信する記事に VM へのリンクを記載するなど、VM への流入を促しているため、SNS 事業による VM への流入に係る分析を行うなど、積極的に事業間連携を図ること。なお、SNS 事業の受託事業者との調整が必要な場合は、本事業の受託が決定した後に行うこと。

- (i) 中国向け抖音(ドウイン)「仙台人的大连游记」：中国語（簡体字）
(抖(ドウ)音(イン)号：43103569912)
- (p) 香港向け Facebook「宮城攻略」：中国語（広東語繁体字）
(<https://m.facebook.com/discovermiyagi/>)
- (h) 台湾向け Facebook「日本東北宮城旅遊導覽」：中国語（台湾語繁体字）
(<https://m.facebook.com/miyagi.japan.zh/>)
- (二) 台湾向け Instagram「日本東北宮城旅遊導覽」：中国語（台湾語繁体字）
(https://www.instagram.com/tohoku_miyagi/)
- (ホ) 韓国向け Facebook「미야기현서울사무소」：韓国語
(<https://www.facebook.com/miyagiseoul2016/>)
- (ハ) 欧米豪向け Facebook「Visit Miyagi」：英語
(<https://www.facebook.com/visitmiyagi/>)

ロ 5 (2) へに記載している旅行博など現地イベントと連動したデジタルプロモーションを実施するにあたって、必要に応じて、宮城県が台湾に設置しているサポートデスクと連携を図りながら行うこと。なお、サポートデスクとの調整については、本事業の受託が決定した後に行うこと。

(4) 効果検証及び分析

イ 本事業の効果検証及び分析を行うにあたり、適切に事業効果を把握できる指標 (KPI) を設定すること。また、その設定根拠を示すこと。

ロ 本事業の効果検証及び分析については、日本政府観光局 (JNTO) が示す訪日旅行のファネル (A 非認知, B 認知, C 興味・関心, D 比較・検討, E 予約・購入) の視点で実施することとし、業務の効果・実績について把握方法を含めて明確にすること。

ハ 効果検証及び分析は、広告側、LP 側の両面から行うこととし、各市場において設定したターゲティングの適切さに言及すること。

ニ 本事業を総括し、今後のインバウンド戦略の提案を行うこと。

ホ その他、効果検証及び分析に必要な業務を行うこと。

(5) その他留意事項

イ 本事業の基本コンセプト、業務の進め方、スケジュール、業務の実施体制 (担当業務ごとの予定人数など詳細を記載すること) を示すこと。また、本事業の実施に当たり、十分な経験を有する者を統括責任者として定めること。

ロ 多言語での記事制作や情報発信にあたっては、観光分野に精通したネイティブライターによる執筆することとし、ネイティブチェック及び校正等の原稿作成の体制を明確にし、誤字・脱字をなくすとともに、単なる逐語訳でなく現地で違和感のない内容で発信できる体制を構築すること。

ハ 本事業において、デジタルプロモーションを実施する際には、次の事項について留意すること。

(イ) 欧州経済領域 (EEA) 域内から域外へ個人データの移転を行う場合は、必要に応じて、EU 一般データ保護規則 (GDPR : General Data Protection Regulation) コンプライアンスへの対応を受注者において検討の上、対策を行うこと。

(ロ) 適正なデジタルプロモーションの実施

① 広告価値毀損「アドフラウド¹⁾」、「ブランドセーフティ²⁾」及び「ビューアビリティ³⁾」等について、発注者の信用失墜やブランド毀損となる広告掲載は行わない等、可能な限り発注者への透明性を確保の上、確実な対策を実施すること。

② 広告からの計測を行うため、広告のリンク先 URL にパラメータ等を設定してリマーケティングリストを蓄積すること。

¹ 無効なインプレッションやクリックによって広告を不正に水増しすること。

² インターネット広告の掲載先に紛れ込む違法・不当なサイト、ブランド価値を毀損する不適切なページやコンテンツに配信されるリスクから広告主のブランドを守り、安全性を確保する取り組みのこと。

³ 実際に掲載された Web 広告のうち、ユーザーが視認できる範囲に表示された広告の割合のこと。

(ハ) Facebook 広告を利用する場合

- ① Facebook 広告を展開する場合は、発注者に対してアナリスト権限を付与すること。
- ② サイト訪問者に対する Facebook リターゲティング設定を行うこと。
- ③ Facebook が提供する無料調査が利用できる場合は、発注者と調査項目等を協議の上で、必要に応じて調査を行うこと。

(ニ) Google 広告を利用する場合

- ① Google 広告を運用する場合は、受託者の広告アカウントと Google Analytics を連携すること。
- ② 効果的と考えられるリマーケティングタグ、リマーケティングリストを設定し、共有すること。
- ③ Google が提供する無料調査が利用できる場合は、発注者と調査項目等を協議の上で、必要に応じて調査を行うこと。

(ホ) YouTube 広告を利用する場合

- ① 動画視聴者のアクセス情報を蓄積すること。
- ② 動画視聴に関するデータや効果的な広告手法を利用するために、YouTube チャンネルと受託者の Google 広告アカウントをリンクさせること。

(ハ) Facebook 又は Google 広告以外のその他広告媒体を利用する場合においても原則として同様の対応を行うこと。

(ト) 各種アカウント作成及び設定時には、内容について発注者の承認を得ること。また、当該アカウントについては事業完了後に一切の権利を発注者に譲渡すること。

ニ 本事業は、デジタルを活用したプロモーションにより、事業効果を測定し、今後のインバウンド施策の PDCA の適切な運用を図るものであるから、効果測定が実施できないような事業提案は行わないこと。

ホ ①広告に活用するクリエイティブの制作費、②デジタル広告配信等の情報発信費、③効果測定費の予算配分に関して、概ね、3対6対1の配分で実施すること。

ヘ 本事業は、新型コロナウイルス感染症による出入国制限の状況の変化等を踏まえ、必要に応じて発注者と協議の上で実施すること。

6 その他

委託業務の実施に関して受注候補者の企画提案内容をそのまま実施することを約束するものではなく、業務の進め方を含め、県との協議の上で決定するものとする。

第2 応募資格

1 企画提案に応募できる者に必要な資格は、次のとおりとする。

- (1) 日本国内に事業所を有する法人であって、消費税及び地方消費税並びに地方税の全ての税目に未納がない者であること。

- (2) 地方自治法施行令（昭和22年政令第16号）第167条の4（一般競争入札の参加者の資格）の規定に該当する者でないこと。
 - (3) 本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（平成9年11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。
 - (4) 宮城県入札契約暴力団等排除要綱（平成20年11月1日施行）の別表各号に規定する措置要件に該当しないこと。
 - (5) 当該業務の円滑な履行ができる実施体制が整備できること。
- 2 上記1を満たす1事業者を代表とする複数事業者による共同提案による参加も可能とするが、その場合は全事業者が上記1を満たさなければならない。また、県は代表者とのみ委託契約を行うため、その他の参加者については、代表者との委託契約（県との関係においては再委託に該当）により業務を行うこと。

さらに、本事業全体の進行管理及び取りまとめ等は代表者の責任において行うものとし、代表者は、応募時に、再委託先事業者の名称、所在地、再委託内容、目的及び理由等を具体的かつ明確に記載した「再委託先事業者一覧表」（様式第5号）を提出し、委託契約締結後に県と改めて再委託に関する協議を行うものとする。

なお、契約締結後、応募時に記載していなかった事業者と再委託する必要がある場合は、県がやむを得ないと認めたものについてのみ再委託を可能とする。

第3 スケジュール（予定を含む）

1 企画提案募集開始	令和4年5月27日（金）
2 企画提案書作成等に関する質問受付期限	令和4年6月 3日（金）
3 企画提案書作成等に関する質問回答期限	令和4年6月 8日（水）
4 企画提案への参加申込期限	令和4年6月24日（金）
5 企画提案書の提出期限	令和4年7月 1日（金）
6 企画提案書の選考（予定）	令和4年7月 7日（木）
7 企画提案書の選考結果の通知（予定）	令和4年7月中旬
8 契約締結及び業務開始（予定）	令和4年7月下旬

第4 応募手続

- 1 企画提案書作成等に関する質問の受付

応募に関する質問を以下のとおり受け付ける。ただし、事業計画書の具体的な記載内容及び評価基準についての質問は、公平性の確保及び公正な選考の観点から一切回答しない。

- (1) 受付期限 令和4年6月3日（金）（必着）

(2) 受付方法

イ 指定様式（様式第8号）により，電子メールにより提出すること。

ロ 電子メールアドレスは，下記のとおりとする。

kanpro2@pref.miyagi.lg.jp（宮城県経済商工観光部観光プロモーション推進室誘客推進第二班）

ハ 電話や口頭，受付期間以外の質問は一切受け付けない。

(3) 回答方法

各質問に対する回答は，令和4年6月8日（水）までに宮城県経済商工観光部観光プロモーション推進室のホームページに掲載する。

ただし，質問又は回答の内容が質問者の具体的な提案事項に密接に関わるものについては，質問者に対してのみ回答する。また，質問の内容によっては回答しないこともある。

2 企画提案への参加申込

(1) 提出書類

① 企画提案参加申込書（様式第2号） 1部

② 宣誓書（様式第3号） 1部

③ 同種・類似事業の受託実績（任意様式） 1部

④ 法人の概要（既存のパンフレットなど概要が分かるもの） 1部

(2) 提出期限 令和4年6月24日（金）午後3時まで（必着）

(3) 提出方法 持参又は郵送とする。

(4) 提出先

〒980-8570 宮城県仙台市青葉区本町三丁目8-1

宮城県経済商工観光部観光プロモーション推進室誘客推進第二班

（宮城県庁行政庁舎14階）

3 企画提案書の提出

(1) 提出書類及び部数

① 企画提案書（任意様式。A4版。表紙と目次を除き30ページ程度，両面印刷やカラー印刷も可） 10部

② 定款等の写し 1部

③ 直近3年分の財務諸表（貸借対照表，損益計算書の写し） 1部

(2) 企画提案書の構成

① 表紙

② 目次

③ 現状及び課題の分析と課題解決に向けた業務実施の方向性

④ 業務の全体計画

イ 業務全体の流れ（フロー図等を用いて説明）

ロ 業務実施のスケジュール

⑤ 業務内容別の説明

提案内容については、提案理由を明確にし、仕様書（案）に記載の内容の他、本事業に関して必要な業務について記載すること。

⑥ 業務の実施体制及び効率性

事務局の人数と役割など、事業の実施体制を記載すること。

⑦ 再委託先事業者一覧表（様式第5号）

⑧ 概算見積書

業務内容別に区分し、さらに実施する取組ごとに金額を記載すること。

(3) 提出期限 令和4年7月1日（金）午後3時まで（必着）

(4) 提出方法 持参又は郵送とする。

(5) 提出先

〒980-8570 宮城県仙台市青葉区本町三丁目8-1

宮城県経済商工観光部観光プロモーション推進室誘客推進第二班

（宮城県庁行政庁舎14階）

第5 業務委託候補者の選考

1 業務委託候補者の選考方法

県が設置する選定委員会においてプレゼンテーション審査を実施し、総得点が満点の6割以上の提案者の中から、最高点を付けた委員数が最も多い提案者を業務委託候補者として選定する。最高点を付けた委員数が最も多い提案者が複数いる場合は、その同数となった提案者の中で次点の評価点を付けた委員が最も多い提案者を選定し、なお同点の提案者がいる場合はその提案者の中で第3位の点数を付けた委員が最も多い提案者を選定する。それでもなお同点の提案者がいる場合は、提案した見積書の金額が最も少額である者を選定する。

ただし、企画提案者が1者のみの場合は、総得点が満点の6割以上となった場合のみ、業務委託候補者として選定する。また、5者以上の応募があった場合には、第一次審査として書面審査を実施する場合がある。その場合において、プレゼンテーション審査は第二次審査とし、第一次審査を通過した企画提案書のみ審査するものとする。

プレゼンテーション審査の日時及び場所等の詳細については、企画提案書の提出期限後に、各企画提案者に対して通知する。第一次審査を実施した場合は、第一次審査を通過した企画提案者に対してのみプレゼンテーション審査の詳細について通知し、通過しなかった企画提案者に対しては、第一次審査の結果のみ通知する。

2 企画提案書の選考

(1) 実施日 令和4年7月7日（木）予定 ※実施時刻は別途定める。

（上記は予定であり、予告なく変更することがある。）

(2) 実施会場 宮城県庁行政庁舎内会議室等（別途定める）

(3) 実施方法

県が設置する選定委員会においてプレゼンテーション審査を実施する。

- ① 出席者は1応募者につき3名以内とする。
 - ② 1応募者当たりの持ち時間は20分以内（説明15分、質疑応答5分）とし、県が指示した時刻から順次、個別に行うものとする。
 - ③ 事前に提出された書類に基づいてプレゼンテーションを行うこととし、追加資料の配布は認めない。
 - ④ プロジェクター等の使用を希望する場合は企画提案書を提出する際に申し出ること。なお、この場合、パソコンはプレゼンテーションを行う者が用意すること。
- (4) 選考結果の通知
選定結果については、後日、企画提案者全てに文書で通知する。なお、審査・選定結果に関する質問には応じない。
- (5) 選考結果の公表
審査終了後、全ての企画提案者の名称及び評価点を公表する。ただし、選定された業務委託候補者以外は、個別の評価点が特定できないよう配慮する。

第6 評価基準・配点

- 1 次の審査項目及び配点（合計100点）により行うものとする。
 - (1) 業務実施の方向性及び全体計画（配点10点）
業務実施の方向性・全体計画、提案全体の概要及びスケジュールは適切か。（10点）
 - (2) 事業内容（配点80点）
 - イ インバウンド用WEBサイト「VISIT MIYAGI」の運営・管理が効果的かつ効率的か。（10点）
 - ロ 各市場の広告配信におけるターゲティング及び広告媒体は適切か。（20点）
 - ハ 台湾市場における旅行博など現地イベントと連動したデジタルプロモーションについて、実施する現地イベントや効果測定の手法は適切か。（20点）
 - ニ 事業間連携が適切に図られているか。（10点）
 - ホ 効果検証及び分析を行うにあたり、適切に事業効果を把握できる指標（KPI）を設定されているか。（10点）
 - ヘ 効果検証及び分析の方法は明確かつ適切か。（10点）
 - (3) 業務の実施体制及び効率性（配点10点）
実施体制、経費配分及び事業の効率性は適切か。（10点）

第7 失格事由

次のいずれかに該当する場合は、応募者を失格とする。

- 1 提出された企画提案書等に記載されている文字の判読が困難である場合又は文意が不明である場合

- 2 本募集要領等に従っていない場合
- 3 同一の応募者が2つ以上の企画提案書を提出した場合
- 4 選考に参加しなかった場合
- 5 企画提案方式による公正な企画提案の執行を妨げた場合
- 6 民法（明治29年法律第89号）第90条（公序良俗違反）、第93条（心裡留保）、第94条（虚偽表示）又は第95条（錯誤）に該当する提案を行った場合

第8 契約の締結

本企画提案に係る契約については、次により行う。

1 受注者の決定

選定委員会において決定した業務委託候補者を優先候補者とし、地方自治法施行令第167条の2第1項第2号の規定に基づく随意契約を行うため、優先候補者から見積書を徴収し、予算額の範囲内において契約を締結する。ただし、特別な理由により優先候補者と契約を締結できない場合は、他の提案者のうち順位が上位の者から順に契約交渉を行うものとし、最終的に交渉が成立した提案者を受注者とする。

2 契約書及び業務の仕様の確定

- (1) 契約書は、県と受注者で協議の上作成する。
- (2) 業務の仕様は、仕様書案に記載されている事項を基本とするが、県と受注者の協議により、必要に応じて追加、変更又は削除を行うことがある。

3 委託金の支払条件

委託金の支払い方法は、原則として業務完了後の一括払いとする。

第9 その他必要な事項

1 契約に関する条件等

(1) 成果品の利用（二次利用等）

本業務による成果品の著作権は宮城県に帰属するものとし、また、宮城県は本業務の成果品を、自ら使用するために必要な範囲において、随時利用できるものとする。

(2) 機密の保持

受託者は、本業務を通じて知り得た情報を機密情報として扱い、契約の目的以外に利用し、又は第三者に提供してはならない。また、本業務に関して知り得た情報の漏えい、滅失及びき損の防止、その他適正な管理のために必要な措置を講じなければならない。契約終了後もまた同様とする。

(3) 個人情報の保護

受託者は、本業務を履行する上で個人情報を取り扱う場合は、県個人情報保護条例（平成8年宮城県条例第27号）を遵守しなければならない。

2 その他

- (1) 企画提案書等の提出を取り下げる場合は、速やかに「取下願」(様式第4号)を提出すること。
- (2) 取下願の提出があった場合も、既に提出された企画提案書等は原則として返却しない。
- (3) 提出された書類は、原則として、提出後の差替、変更及び取消は認めない。
- (4) 審査は提出された企画提案書等により行うが、提案受付後、提案内容について説明を求めることがある。
- (5) 提出された企画提案書等は、行政文書となるため、情報公開条例(平成11年宮城県条例第10号)その他の法令の規定に基づき、開示請求があった場合、個人情報や事業情報などの非開示部分を除き、開示することとなる。
- (6) 企画提案に要する費用は、すべて提案者の負担とする。
- (7) 本業務により得られた成果は、全て宮城県に帰属するものとする。
- (8) 手続きで使用する言語及び通貨は、日本語及び日本円とする。
- (9) 本業務の実施に関して、業務委託候補者の企画提案の内容をそのまま実施することを約束するものではなく、県と業務委託候補者で協議の上、決定する。また、業務委託の後、具体的な業務内容や進め方等については、逐次県と協議することとする。