

令和8年度 アメリカ・オーストラリア向け外国人観光客認知度向上事業委託業務  
公募型プロポーザルに関する質疑及び回答

問（１）

仕様書「II 業務内容 2 米豪向けプロモーションの実施」において、各種メディア（媒体）に情報を提供し認知向上を図る旨が記載されているが、Web メディアやテキスト記事に加え、音声メディアを活用したコンテンツ制作・情報発信を提案に組み込むことは可能か。

答（１）

音声メディアを活用したコンテンツ制作・情報発信がターゲット層に対して効果的と判断するのであれば提案を拒むものではありません。

問（２）

仕様書において、記事掲載などメディア露出をしたものの誘導先を可能な限り「VISIT KOCHI JAPAN (VKJ)」とすることが規定されている。音声メディアや SNS 動画等の場合、コンテンツ概要欄に VKJ の URL を掲載し誘導を図る形式となるが、このような VKJ 外の定性数値についても事業成果（KPI）の評価対象として認められるか。

答（２）

仕様書では「本事業の成果を定量的に評価できるよう、実施内容に対する KPI を設定」としています。

問（３）

仕様書にある「記事等の定期的かつ継続的な露出を図る」に関して、下限数値等の設定はあるか？  
(例：毎月 1 回以上の発信・露出)

答（３）

特に設定しておりません。

問（４）

仕様書「II 業務内容 2 米豪向けプロモーションの実施」において、「高知県の食、自然アクティビティ、伝統文化の中から 2 つ以上のテーマを選定」と規定されているが、本事業において、ターゲット層（米豪市場）に訴求するにあたり、県として重点的に取り上げたいエリアや外せない観光資源、あるいは各エリアの理想的な配分（比重）といった事前の想定はあるか。それとも、これらを含めてターゲット分析に基づく完全な自由提案という認識でよいのか。

答（４）

市場やターゲットを踏まえて自由にご提案ください。

以上