

令和8年度「おいしい“宮城米” 米飯提供店」キャンペーン業務企画提案に係る
質問書への回答

No.	質問内容	質問への回答
1	仕様書5（1）ウ（オ）について、情報発信を6回以上とはすべてのSNSでの回数でしょうか、それとも各SNS、6回以上での想定でしょうか？ また、約15秒の動画とは、どのような目的や内容を想定しておりますか？（キャンペーン参加促進・宮城米の周知・SNSのフォローアップなど）	機構SNSのうち、広報に効果的なSNS（複数可）を活用して、情報発信を6回以上行ってください。複数のSNSにて情報発信を行う場合、各SNSの情報発信の内容は同様でかまいません。 約15秒の動画は、消費者に向けた当キャンペーンの参加促進を想定していますが、企画提案の内容を受け、発注者と受注者で協議の上、決定します。
2	仕様書5（2）イ（イ）について、 ・販売店、観光案内所等への設置依頼の連絡等は受託者で行う業務でしょうか。それとも、貴課または松島町から依頼連絡し、受託者は納品するのみでしょうか。 ・宮城米商品の販売店とは、米穀店の他に土産店や菓子店を想定しているでしょうか。 ・販売店、観光案内所等への納品部数はどの程度を見込んでいるでしょうか。	販売店、観光案内所等の設置意向の確認は発注者が行いますが、納品に向けた詳細連絡等は受注者に行っていただくことを想定しています。 また、宮城米商品の販売店については、土産店や菓子店も想定しています。 納品部数について、10月から12月における松島海岸地区の観光客入込数は約91万人（令和6年度観光統計概要より）であり、1日に約1万人が松島エリアを訪れるものと考えられます。そのうち、開催期間中に来訪者の約1割がキャンペーンに興味を持つと見込み、参加店、販売店、観光案内所等を含め、エリア全体で最低4万部の設置を想定しています。
3	仕様書5（3）アについて、令和7年度（昨年度）の業務実施時における、提供店の新規加入店舗数は何件だったでしょうか。	令和7年度の当キャンペーンの新規加入店舗数は36店舗です。
4	仕様書5（3）ア（ア）について、貴県でのリストはございますでしょうか？ それともエリア内の全飲食店を対象に受託者が使用量から確認するようになりますでしょうか？	新規加入店舗に関するリストはございません。受注者には候補となる店舗に対して提供店の加入を促していただきます。実際に宮城米が店舗へ供給されているかどうかの確認は発注者が行います。
5	仕様書5（3）イ（ア）について、 ・事前のアポイント等を取らずに訪問するという認識でしょうか。	松島町を通じて、発注者から松島エリアの店舗に当キャンペーンの概要と提供店への加入についてメール等で事前に案

	・訪問は受託者のみで行うのでしょうか。それとも、貴課職員に同行する形でしょうか。	内を行います。 訪問は、提供店加入の連絡がなかった店舗に対して、丁寧に説明を行うことで、加入を促すためのものです。事前のアポイントは必須としませんが、店舗の都合を考慮した時間帯の訪問としてください。 松島エリアへの訪問には発注者も同行しますが、必ずしも同じ店舗と一緒に訪問するとは限りません。(状況に応じて各店舗を回ることなども想定しています。)
6	仕様書 5 (3) ウ (ウ) について、「提供店の更新手続」において、「全提供店に郵送等により通知」との記載がございますが、電子メールでの連絡が可能な店舗についても、必ず郵送による通知を行う必要があるのでしょうか。	必ずしも郵送である必要はなく、受注者にとって効率的な方法でかまいません。
7	「〈参考〉 令和 7 年度実施概要（機構ホームページ）」より、参加の流れに「※対象店舗の一部・お弁当屋等ではQRコードが表示された名刺サイズのカードをお渡しします。」とございましたが、こちらは何店舗ほどあったか参考までにご教示いただければ幸いです。	令和 7 年度にQRコードが表示された名刺サイズのカードを使用した店舗は 7 店舗です。