

**「インバウンド向け体験型旅行商品市場流通拡大事業委託業務」
に係る質問に対する回答**

No.	項目	質問内容	回答
1	4 委託業務 (1) 県内観光コンテンツの整理・検証の実施について	「セールスシートとしてまとめる」と書いてあるが、ここでいうセールスシートとは、OTAや旅行会社のオンラインサイトへの登録を前提に、魅力的に見える登録内容をまとめるという認識でいいか。それとも、登録内容以上のより詳細な内容を分量問わずまとめるイメージか。どのタイミングで何の用途として必要になるシートなのか知りたい。	セールスシートは、写真、説明文、セールスポイント、基本情報（開催時期、催行人員、体験料、所要時間、アクセス等）を、1プランあたり1～2ページ程度にまとめた資料を想定している。用途としては、今回OTA等に登録することはもちろんのこと、各種商談会でのセールスや一般旅行者への広報など、様々な場面での利用を想定している。
2	4 委託業務 (2) ワークショップの開催について	ワークショップの開催は4回以上とあるが、回数のカウント方法について知りたい。午前1回・午後1回＝2回といったカウントの仕方でも問題ないか理解したい。	午前1回、午後1回開催する場合であっても同日であれば1回に数え、計4日間以上の開催とされたい。なお、1回あたりの所要時間は内容に応じて変更可能とする。
3	4 委託業務 (2) ワークショップの開催について	ワークショップはリアル・オンライン・ハイブリッドなどの形式は問われるか。基本はリアルでの開催とするが、コロナ感染状況からオンラインの開催に切り替えてもいいかご教示願いたい。	ご認識のとおりで差支えない。
4	4 委託業務 (4) 次年度以降の展開に関する提案書の提出について	3カ年の販促展開の提案書提出を求められており、ここに関してはあらゆる展開を幅広く考えられるが、予算はどのように考えるべきか。予算0での展開か、もしくは毎年600万前後の同程度の予算での展開か、もしくは予算の上限関係なくケイパビリティを全て提案すべきかで提案内容が全く変わってくるため、イメージを理解したい。	今後の事業展開として望ましいものを、予算ゼロで実施可能な展開とともに、予算が必要な展開はその金額の多少を問わず予算を併記して提案してもらえればよい。