

令和8年度始良・伊佐地域農産物エシカル消費拡大事業Q&A

R8. 6. 30時点

番号	質問	回答
1	受託後は既存のSNSアカウント情報を提供していただけるか。 公開設定やSNS広告等の運用上必要なため	SNSアカウントについて、始良・伊佐地域振興局の公式Instagramアカウントでの運用を考えております。具体的な運用方法は下記の通りです。 ・ フィード・リール投稿 委託企業から農政普及課に案を送付、課内にて、投稿内容の確認と決裁の上、農政普及課広報担当者が投稿。 ・ ストーリーズ投稿 農政普及課広報担当が投稿を行う。 ・ Instagramの広告準備・投稿 委託企業から局Instagramに対し、「一部の権限（広告、インサイトのみ）」の承認リクエスト申請をする。 農政普及課において、承認リクエストの内容確認・決裁後、農政普及課広報担当により承認する。 ・ 実際の広告作業 広告として使用するフィード等を投稿し権限を受けた委託企業がその記事を広告として宣伝します。
2	動画の使途としては、インスタグラム公開と広告事業の大きく2つの方針があるかと思えます。 広告事業（特にSNS広告等）では3～5分は一般的にも長いものであるが、どのようにお考えか。 動画の使途と動画時間についてお答えいただきたい。	仕様書の「ア 動画制作について」の「（ア）仕様」は、新たな動画の作成、R7年度に作成したPR動画の要約版の作成を示したものです。 既存の動画や新たに作成する動画を広告用に編集する場合は、3～5分に縛られず広告運用に適した動画時間としてください。
3	県外における開催で出店事業者が来場する場合、交通費と会場までの送料は各事業者の負担にて開催の認識か。 小売店側が開催するフェア等では送料負担は事業者が一般的であり、今回の委託費内での負担は広告等の費用に十分な予算が割けなくなるため。	県外で開催するイベントに出店する者の、交通費と商品等の送料は事業者負担とすることとしております。
4	ア（ア）要約版とあるが令和7年度に撮影された編集可能な動画データは提供いただけるということでしょうか？	要約版の作成用に編集可能な動画データを提供します。
5	ア（イ）本年度の取り組みは表に記載いただいている生産者以外の新たな動画を作成するということでしょうか？もしくは生産者は同じでテーマや内容が違う動画を作成するイメージでしょうか？	動画制作については、R7年度に作成したPR動画の要約版は必ず作成いただくようお願いします。 要約版以外の新たな動画制作については、同じ生産者でテーマや内容を変えた動画の作成は考えておりませんが、表に記載された生産者以外で新たな動画を作成することは可能です。今年度事業を実施する上で制作が必要と考える動画があれば御提案ください。
6	カ 他の広報事業でも活用とありますが、Instagramでの発信以外でどのような媒体での活用を検討されていますでしょうか？	Instagramでの発信以外に、大型ショッピングモールでのデジタルサイネージやイベント会場での放映等を想定しています。
7	県内施設の既存イベントで候補として考えられている場所はありますか？	管内生産者の過去のイベント出店実績としては、オーガニックフェスタやお茶まつり、管内のマルシェ等があります。 これまでの実績にとらわれず、販売促進につながるより適した場所を提案くださるようお願いします。

8	エ 「出店事業者が現地に来場して直接販売する方式を基本」とあるが、出店事業者の都合（スケジュール上や遠方の場合費用の都合等）で来場することができない場合は商品のみ販売するでも可能でしょうか？もしくは現地に来場できない場合は販売しないということになりますでしょうか？	出店事業者が来場することができない場合は、委託販売等による販売とします。
9	エ 出店事業者の対象は動画撮影を行った事業者のみでしょうか？それとも始良・伊佐地域において広く周知されて出展者を募られますでしょうか？	出店事業者の対象は、動画撮影を行った事業者に限定しておりません。 出店事業者の募集、周知については、受託者で主体的に御対応いただきたいと考えております。貴社のネットワークやアイデアを活かした提案をお願いします。 農政普及課で把握しているエシカルの趣旨にあった生産に取り組んでいる農業者等については委託契約後に御紹介可能です。
10	本農業体験ツアーの参加目標人数（または社数）をご教示ください。	農業体験ツアーの参加目標人数については、30人程と考えております。
11	参加費用の徴収の有無及び徴収する場合の金額は事前に県と協議とあるが、参加者に費用を徴収してもしなくてもどちらでもよく、提案次第という認識でよろしいでしょうか？また費用を徴収しない場合は委託費に含むという認識でよろしいでしょうか？	参加費用の徴収の有無については、提案次第とし、費用を徴収しない場合は、委託費に含むこととします。
12	消費者および販売流通事業者が直接交流できるイベントとあるが、参加者がどちらかに偏る内容の実施でもよろしいでしょうか？（例①：消費者が参加する体験イベント 例②：販売流通時事業者だけが参加するバイヤーツアー等）	参加者が消費者、販売流通事業者のどちらかに偏る内容など、イベントの参加対象者や開催方法も含めて、企画提案をお願いします。
13	エ 参加者確保のため十分な広報を行うこととあるが、例えばバイヤーツアー等を企画する場合クローズドのイベント（広報しない）としてもよろしいでしょうか？	クローズドのイベントを実施する方が事業を効果的に実施できると判断される場合、クローズドのイベントとしても構いません。
14	イベント開催について、交流イベントは消費者向け、事業者向けそれぞれ分けて一回ずつの実施が必須でしょうか。	イベント参加対象や開催方法も含めて、企画提案をお願いします。ただし、消費者向け、事業者向けに分けて実施する場合はそれぞれ最低一回ずつの実施をお願いします。
15	交流イベントについて、体験ツアーを想定されていると思いますが、イベント会場で消費者・事業者・生産者が一カ所に集まってイベントを行うという形式でも良いでしょうか。	12の回答と同じ
16	販売事業者について、どういう業種の事業者を想定していますか。また、事業者の取扱う範囲について県内外など具体的なイメージはありますか。	販売流通業者については、農産物等の継続的な取引・販路形成につながることを想定しているため、目的に適した事業者の提案をお願いします。 事業者の取扱い範囲は、県内外等は問いません。
17	委託販売方式も可能とするという記載がありますが、生産者の都合がつかない等の理由で全てのイベントで委託販売方式のみとなっても問題はないでしょうか	イベントについては、生産者の取組を消費者に直接伝え、取組に対する共感を得ることを目的としていることから、生産者が参加しやすい形でのイベント企画をお願いします。 そのうえで、結果的に生産者の都合がつかない等理由で全てのイベントが委託販売方式となった場合はやむを得ないと判断しますが、PR動画等を活用するなど生産者の取組が伝わるような対応をお願いします。