

令和8年度「うまいに、まっすぐ。新潟県」ブランドイメージ構築事業  
「県推進ブランド品目PRサイトの再構築及びSNS発信強化等業務委託」に係る質問と回答

No	質問事項	回答
1	<p>P1仕様書「1 目的」および「3 業務内容(3)ア 効果測定方法の設計」など仕様書内において、「県内外(とりわけ首都圏)へ効果的に発信するため」や、「地域ごと(とりわけ首都圏)の利用状況を把握し施策の重点化に資するため」といった、首都圏を重点ターゲットとする旨の記載がございます。</p> <p>つきましては、企画提案においてより精度の高いペルソナ設定を行い、効果的なプロモーション戦略(SNSプラットフォームの選定やデザインの方向性など)をご提案するため、以下の点についてご教示いただけますでしょうか。</p> <p>・首都圏の中でも、県として具体的に狙いたいターゲット層(年代、性別世帯構成、ライフスタイルなど)の想定があれば、その詳細。また、その理由の背景についてご教示ください。</p>	<p>本事業においては、首都圏を重点エリアとしつつ、一定程度の世帯年収を有する層を一つの重要な想定ターゲットとして位置付けています。</p> <p>その背景には、人口規模が大きく、それに応じた消費が見込まれることに加え、情報発信効果が高いという特性があり、新潟県推進ブランドの認知拡大および関心喚起を図る上で重要な市場であることが挙げられます。</p> <p>一方で、県としては、首都圏における一定程度の世帯年収層に対する認知度向上をKPIの一つとして想定しつつ、当該層以外の生活者からの支持や共感を通じた情報拡散に加え、県産農林水産物の今後の需要拡大を見据え、将来の市場を支える若年層へのPRも重要であると考えています。</p> <p>このため、これらの考え方を踏まえ、具体的なターゲット設定やペルソナ設計、これに基づくプロモーション戦略(SNSプラットフォームの選定、表現・デザインの方向性等)については、受託者の知見・ノウハウを活かした提案を期待しています。</p>
2	<p>P7仕様書【別紙1】「3 業務内容(2) SNS戦略策定及び運用支援業務 ウ 初年度の内製化支援」</p> <p>SNS運用における役割分担について確認させてください。仕様書に「初年度の内製化支援」として、「SNS見本投稿の作成」や「SNS投稿内容の監修」といった実務支援の記載がございますが、日々のSNS投稿作業そのもの(テキスト・画像等の入力およびシステムからの投稿実行)については、貴課(県ご担当者様)にて実施されるという認識でよろしいでしょうか。受託者の役割はあくまで計画策定、見本作成、監修等の後方支援(内製化の並走支援)に留まるのか、あるいは受託者が実務として投稿を代行する作業が含まれる想定なのか、役割分担をご教示ください。</p>	<p>本業務における「初年度の内製化支援」とは、県が主体となってSNS運用を行う体制を構築するにあたってのサポート支援を想定しています。</p> <p>SNS運用にあたっては、原則として県が投稿することを想定していますが、アカウント立ち上げ期においては、受託者が実務的に踏み込んだ支援を行うことも含め、円滑な運用体制の構築を図る考えです。</p> <p>受託者には、SNS運用方針の策定、見本投稿の作成、投稿内容の監修、投稿マニュアルの作成等を通じて、運用の基本的な考え方や進め方を共有し、将来的に県職員が自走できる状態となるよう支援していただくことを想定しています。</p> <p>日々の投稿作業を含む具体的な役割分担については、受託者からの提案内容を踏まえ、協議の上決定します。</p>
3	<p>【仕様書P.1 2基本方針(1) デザインとトーン&amp;マナーの統一】</p> <p>『ブランドサイト全体において統一したトーン&amp;マナー』とありますが、今回ロゴデザインは既存のもののみで良いでしょうか。</p>	<p>本業務においては、原則として既存のロゴデザインを使用することを想定しています。</p>
4	<p>【仕様書P.1 2基本方針(5) 県の継続利用を前提とした基盤整備】</p> <p>『一般的かつ持続性のあるデジタル基盤』とあり、『将来的に県が指定する事業者へ引き継ぐ場合』が想定されております。</p> <p>オープンソース等の汎用CMSを採用した場合、納品後に発生する未知の脆弱性に対するセキュリティパッチの適用や、バックドア設置等の不正アクセス監視は、県の運用(内製化)あるいは指定事業者の保守範囲に含まれるという認識でよろしいでしょうか。</p> <p>構築者していない第三者が保守を担うよりも、構築者が継続して保守にあたるのが、セキュリティの最大化と費用の低減化に直結すると思いますが、本業務において『構築者による有償保守契約』を、次年度以降の選択肢として提案に含めることは可能でしょうか。</p>	<p>CMSに関するセキュリティ対応や保守については、納品後は県または県が指定する事業者により実施することを想定しています。</p> <p>本業務においては、「一般的かつ持続性のあるデジタル基盤」とすることを基本方針としており、将来的に県が指定する事業者へ円滑に引き継ぐことが可能な構成としてください。</p> <p>なお、次年度以降における構築事業者による有償保守契約については、本業務の範囲外ですが、将来的な選択肢の一つとして提案に含めることを妨げるものではありません。</p>
5	<p>【仕様書P.4 3業務内容(1) イ④新潟米既存サイトの再構築方針】</p> <p>新潟米既存サイトのURLのリンクが切れているようでして、閲覧可能なURLをご教示ください。</p>	<p>新潟米既存サイトについては、現在、一般に閲覧可能なURLはありませんので、参考資料としてページのアーカイブ情報を別紙に掲載します。</p>

**令和8年度「うまいに、まっすぐ。新潟県」ブランドイメージ構築事業  
「県推進ブランド品目PRサイトの再構築及びSNS発信強化等業務委託」に係る質問と回答**

No	質問事項	回答
6	【仕様書P.4 3業務内容(1)イ④新潟米既存サイトの再構築方針】 ブランドHPと異なるドメインですが、新潟米既存サイトをリニューアルするのではなく、(既存サイトをクローズする、新ブランドHPにリダイレクトする等ではなく)素材として活用して、新ブランドHPにコンテンツ展開するという理解で合っておりますでしょうか。	ご指摘のとおりです。 新潟米紹介サイトについては、今回の再構築に合わせて、掲載されている情報や素材等を活用しつつ、情報の再編集・再校正を行うことを想定しています。 このため、既存サイトをそのままリニューアルするのではなく、具体的な掲載内容や構成については、受託者からの提案を踏まえ、県と協議の上で決定します。
7	【仕様書P.7 3業務内容(3)ア効果測定及び改善提案業務】 KPI策定のため、現SNSのインサイト等の年間または月間の数値(PV数・エンゲージメント・ユーザー数・フォロー数等)をいただけないでしょうか。	現在のブランドサイトおよびSNSに関する詳細なアクセス解析データやインサイトデータについては、非公開とします。 これは、今回の業務委託を通じて、デジタルを活用した県産農林水産物のPRの位置付けを大幅に見直すこととしており、これまでのデータやKPI等にとらわれることなく、受託者の知見・ノウハウを活かした提案を期待しているためです。 本事業における現状分析およびKPI設計については、公開情報や受託者の知見に基づき提案してください。
8	【仕様書P.2 2[用語の定義](3)旧品目別アカウント】 県推進ブランド品目の公式SNSの立ち上げに関して、既存の現SNSで投稿されているコンテンツの移設は可能でしょうか。	既存SNSアカウントに投稿されているコンテンツについては、既存投稿をそのまま移設することは想定していません。 一方で、過去の投稿コンテンツについては、素材として提供可能なものがあることから、どの投稿の素材を対象とするかについては、受託者からの提案を踏まえ、県と協議の上で決定します。
9	【仕様書P.4 3業務内容(1)イ①トップページ(新規)】 県HPの記事をブランドサイトの新着情報欄に自動掲載するにあたって、県HP運用会社側にRSSを出力いただく等の工数が派生することが見込まれますが、当該会社様側にかかる費用は別途予算で対応いただけるという理解でよろしいでしょうか。	県HPとの自動連携については、本事業の委託費用の範囲内で対応するものとします。 なお、既存のブランドサイトにおいては、県HPが提供しているRSSをブランドサイト側で取得する形で、新着情報の記事(タイトル・リンク)を自動掲載している実績があり、県HP側に新たな作業や改修を要することなく対応しています。
10	【実施要項P.4 5(2)企画提案書作成に係る留意事項】 企画書はA4で提出予定ですが、A3用紙を二つ折り等にし、A4サイズとして折り込む形式は可能でしょうか。また、プレゼンテーション時には審査員の方々が見やすいように、「企画提案書」の内容を抜粋したスライドを投影してもよろしいでしょうか。あくまでも「抜粋版」として、提出済みの提案書から内容の改定は行わず、説明する該当箇所を切り抜き、拡大する程度のもを想定しています。	A3用紙を折り込んでA4サイズとして提出する形式は可能です。 また、プレゼンテーションにおいて、提出済みの企画提案書を抜粋したスライドを投影することは差し支えありません。
11	【実施要領P.5 6(2)イ 本事業に係る企画内容及び実施方針】 KPIの適切な設計が評価対象となっています。精度の高い目標設計を提案するために、比較の基準となる現在の数値をお知らせいただきたく存じます。現在のブランドサイトおよび新潟米既存サイトの直近のアクセス状況(年間または月間PV、ユーザー数、エンゲージメント時間等)をご開示いただくことは可能でしょうか。	現在のブランドサイトおよびSNSに関する詳細なアクセス解析データやインサイトデータについては、非公開とします。 本事業においては、デジタルを活用した県産農林水産物のPRの在り方を見直すこととしており、既存の数値やKPIにとらわれない視点での現状分析およびKPI設計を期待しています。 このため、本事業における現状分析およびKPI設計については、公開情報や受託者の知見に基づき提案してください。
12	CMSライセンス費用【別紙1】P9_4-(2) ・CMSライセンス費用が発生する場合は委託費用に含まれる前提でよいのか？	CMSライセンス費用が発生する場合は、委託費用に含めて提案してください。

令和8年度「うまいに、まっすぐ。新潟県」ブランドイメージ構築事業  
「県推進ブランド品目PRサイトの再構築及びSNS発信強化等業務委託」に係る質問と回答

No	質問事項	回答
13	デザインの捉え方【別紙1】P4_3-(1)イ/【実施要領】P3_5-(1)ア(ウ) ・トップページのUI/デザインイメージなどテクニカルな要件が1提案段階から含まれているが、これらは受注後に具体化(=提案段階ではあくまでラフなイメージのみ)という前提でよいか確認させてほしい ・仮想ページのデザイン案も要件に含まれているが、仮想ページとは作る可能性があるページのこと(実際に作るかは未定)で、そのサンプルイメージが欲しいという理解でよいか確認させてほしい	提案段階においては、ラフなデザインイメージの提示で差し支えありません。 仮想ページとは、ご理解のとおり、将来的に作成する可能性のあるページを想定したサンプルイメージを指します。
14	県HPとの新着情報の自動連携【別紙1】P4_3-(1)イ ・「県HPの所定カテゴリの記事をブランドサイトの新着情報へ自動掲載する仕組み」が求められているが、県HPのCMS種別およびAPI・RSS等の外部連携機能の提供有無を教示いただきたい。	県HPのCMS種別については、公表していません。 また、県HPにおいて、現在、APIによる外部連携機能の提供は行っていませんが、RSSによる外部連携機能の提供は行っています。
15	統合SNSアカウント立ち上げ【別紙1】P6_3-(2) ・統合SNSアカウントを令和8年5月末までに立ち上げる要件があるが、既存の品目別アカウント(別表1)の管理権限はどの段階で受託者に引き渡されるか？ ・統合前提だが、管理権限の引き渡しが無い場合の既存アカウントのクローズ対応について確認したい。	既存の品目別SNSアカウントについては、他事業における委託により構築・運用されており、日常的な運用は他事業者が行っているため、既存アカウントの管理者権限を受託者へ引き渡すことは想定していません。 なお、アカウントの運用方針や存廃については、県の判断に基づき対応することとしています。その上で、統合SNSアカウントの立ち上げ後は、既存アカウントのフォロワーを統合アカウントへ一定期間誘導した上で、既存アカウントをクローズする方向で検討しています。 具体的な対応方法や時期については、受託者からの提案を踏まえ、県と協議の上で決定します。
16	外部媒体との連携について【別紙1】P5_3-(1)イ ・仕様書「飲食店紹介(首都圏・県内)」において、外部媒体(情報誌等)との連携が必要となる場合の費用は委託費用に含めるとあるが、県として想定している外部媒体の種類や連携の規模感(掲載店舗数の目安、情報提供の形態等)があれば伺いたい。	仕様書に記載の「飲食店紹介(首都圏・県内)」については、県が実施する県推進ブランド品目のプロモーション事業の中で得られる連携飲食店の情報を基本とし、ブランドサイト上で特集記事のような形で情報掲載を行うことを想定しています。 一方で、連携飲食店の数については、プロモーション事業の内容や当該事業の受託事業者の提案によって多寡が生じることが想定されるため、掲載店舗数が限定的となる場合には、外部媒体と連携するなどの方法により情報を補完することも考えられます。 このため、具体的な外部媒体の種類や連携の規模については現時点では定めておらず、受託者において効果的と考えられる連携方法を提案してください。
17	公開後の軽微修正の範囲【別紙1】P11_4-(8) ・「公開後の一定期間における軽微修正・不具合修正」の方針を提案時に提示するよう求められているが、県が想定する「一定期間」の目安はあるか？	「一定期間」について具体的な期間は定めていませんが、一般的なWebサイト構築業務において通常想定される範囲を提案してください。
18	【現状の数値・データについて】 ● 対象資料：公募型プロポーザル実施要領(ページ数：3ページ) ● 該当項目：5 企画提案書等の作成要領(1)ア(イ)① 既存サイト及びSNSの現状分析・課題整理 ● 質問内容：企画提案書にて現状分析やKPI設計を行うにあたり、現在のブランドサイトのアクセス解析データ(月間PV、UU、流入経路等)、および既存SNSのインサイトデータを開示いただくことは可能でしょうか。	現在のブランドサイトおよびSNSに関する詳細なアクセス解析データやインサイトデータについては、非公開とします。 本事業においては、デジタルを活用した県産農林水産物のPRの在り方を見直すこととしており、既存の数値やKPIにとらわれない視点での現状分析およびKPI設計を期待しています。 このため、本事業における現状分析およびKPI設計については、公開情報や受託者の知見に基づき提案してください。

令和8年度「うまいに、まっすぐ。新潟県」ブランドイメージ構築事業  
「県推進ブランド品目PRサイトの再構築及びSNS発信強化等業務委託」に係る質問と回答

No	質問事項	回答
19	<p>【移行対象データのボリュームについて】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 対象資料：仕様書(ページ数:3ページ)</li> <li>● 該当項目：3 業務内容(1)ア⑦ 既存サイトからのデータ移行方針の整理</li> <li>● 質問内容：既存サイトから移行が必要となる可能性のある「記事コンテンツ」や「画像データ」について、大まかな件数(ボリューム)を教えてくださいませんか。</li> </ul>	<p>既存サイトからのデータ移行については、仕様書に記載のとおり、移行が必要な場合に、受託者が対象範囲や作業量を整理した上で、適切な移行方針を提案し、県と協議の上で決定することを想定しています。</p> <p>なお、仕様書3(1)イ[コンテンツ制作]において、既存情報を引き続き活用することを想定しているコンテンツと、再編集の要否や範囲を協議により決定するコンテンツを整理しているため、移行の要否や範囲、作業量等の参考にしながら提案してください。</p>
20	<p>【現在のサイトのシステム環境について】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 対象資料：仕様書(ページ数:3ページ)</li> <li>● 該当項目：3 業務内容(1)ア⑦ 既存サイトからのデータ移行方針の整理</li> <li>● 質問内容：既存サイトからのデータ移行方針を検討するにあたり、現在のブランドサイト(旧ブランドサイト)は独自開発されたCMSで構築されていますでしょうか。それとも静的HTMLで構成されていますでしょうか。既存のシステム環境をご教示ください。</li> </ul>	<p>既存ブランドサイトのシステム構成の詳細については公表していません。</p> <p>既存サイトを踏まえたデータ移行や再構築の方針については、仕様書に記載の内容および公開されている情報を基に、受託者において適切に整理・検討した上で提案してください。</p>
21	<p>【新サイトのCMS環境(既存CMSの利用)について】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 対象資料：仕様書(ページ数:9ページ)</li> <li>● 該当項目：4 技術要件及び共通事項(2) CMSに関する要件 ア、オ</li> <li>● 質問内容：新サイトのCMS環境について「一般的かつ継続性のあるCMS構成一式とすること」とありますが、独自開発ではなく、WordPress等の広く普及している既存のオープンソースCMSを利用・カスタマイズして構築(提案)することは可能でしょうか。</li> </ul>	<p>新サイトのCMSについては、「一般的かつ継続性のあるCMS構成」とすることを求めており、WordPress等の広く普及しているオープンソースCMSを利用・カスタマイズして構築することは可能です。</p> <p>ただし、セキュリティ、運用性、将来的な引き継ぎを考慮した構成としてください。</p>
22	<p>【サーバー・インフラ環境について】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 対象資料：仕様書(ページ数:8ページ)</li> <li>● 該当項目：4 技術要件及び共通事項(1)ア サーバー及びシステム環境、および 別表4「県が調達するサーバー要件」</li> <li>● 質問内容：県が別途調達されるサーバーについて、現時点で予定されている具体的なホスティングサービス名(プラン名など)は決まっていますでしょうか。未定の場合、いつ頃決定される予定でしょうか。</li> </ul>	<p>県が別途調達するサーバーについては、仕様書および別表に示している要件を満たす環境を想定しています。</p> <p>具体的なホスティングサービス名やプランについては、現時点では決まっていないので、仕様書に記載のサーバー要件を前提として検討してください。</p> <p>なお、具体的なプランについては、受託者決定後、協議の上で決定します。</p>
23	<p>【スケジュール(公開希望時期)について】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 対象資料：公募型プロポーザル実施要領(ページ数:4ページ)</li> <li>● 該当項目：5 企画提案書等の作成要領(1)ア(カ)① スケジュール(完成・運用開始までの工程及び期間)</li> <li>● 質問内容：統合SNSアカウントは「令和8年5月末までに立ち上げ」と指定されておりますが、ブランドサイト自体のリニューアル公開時期について、県として希望されるターゲット時期(例:秋頃まで、など)はございますでしょうか。</li> </ul>	<p>ブランドサイトの公開時期については、現時点で具体的な希望時期は定めていません。</p> <p>全体スケジュールや運用・効果を踏まえ、段階的な公開や一括公開の考え方を含め、実現可能かつ効果的な公開時期・進め方を提案してください。</p>

令和8年度「うまいに、まっすぐ。新潟県」ブランドイメージ構築事業  
「県推進ブランド品目PRサイトの再構築及びSNS発信強化等業務委託」に係る質問と回答

No	質問事項	回答
24	<p>【提供素材(写真・動画等)について】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 対象資料: 仕様書(ページ数:5ページ)</li> <li>● 該当項目: 3 業務内容(1)コンテンツ制作【コンテンツ制作に関する留意事項】1及び2</li> <li>● 質問内容: 「県が保有する写真素材等は可能な範囲で提供する」とありますが、全品目において、新サイトやSNS投稿(縦型ショート動画等含む)に十分使用できる品質・量の素材は揃っていますでしょうか。提案額内で新規撮影費を想定しておくべきか確認したく存じます。</li> </ul>	<p>県が保有する写真素材等については、一定程度の蓄積はありますが、品目ごとに数量や内容にばらつきがあります。</p> <p>また、動画素材については、主として県公式YouTubeチャンネル等で公開しているものが中心であり、十分な量が揃っているとは限りません。</p> <p>これら既存の素材の活用を前提としつつ、不足する素材や新たに必要となる写真・動画等については、提案内容に応じて、受託者において対応方針を示してください。</p>
25	<p>【対象となる「8品目」の内訳について】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 対象資料: 仕様書(ページ数:1、14ページ)</li> <li>● 該当項目: 2 基本方針(1)デザインとトーン&amp;マナーの統一、および別表1「旧品目別アカウント一覧」</li> <li>● 質問内容: 本業務の対象は「県推進ブランド8品目」とありますが、仕様書の別表1等で確認できる「新潟米、越後姫、新潟産えだまめ、のどぐろ、ルレクチエ」の5品目以外に、残り3品目は何になりますでしょうか。(サイト上に「品目別の紹介ページ」を作る必要があるため、全8品目が何であるかを正確に把握していないと、サイトマップの作成やデザイン構成が組めないため。)</li> </ul>	<p>本業務の対象となる「県推進ブランド8品目」は、新潟米、錦鯉、新潟産えだまめ、ルレクチエ、越後姫、にいがた和牛、のどぐろ、南蛮エビです。</p>