

2026 年度アジア市場向けメディア・インフルエンサー招請業務
(スノーリゾートプロモーション)
公募型企画競争提案説明書

1 業務名

2026 年度アジア市場向けメディア・インフルエンサー招請業務(スノーリゾートプロモーション)

2 背景及び目的

札幌市では、2021 年 11 月に[スノーリゾートシティ SAPPORO 推進戦略](#)を策定し、「雪の街の魅力」と「国際観光都市の魅力」が融合した、札幌ならではの「都市型スノーリゾートシティ」をブランド化し、インバウンドを始めとした観光客の増加等による冬期の観光消費拡大を図ることを目的として、様々な取組を進めている。

当該戦略では、「①スキーが主目的の観光客を札幌に誘客」、「②札幌観光が主目的の一般旅行者を雪遊びやスキーに誘導」の2つのアプローチにより誘客を進めており、アジア市場においては、②のアプローチにより「雪体験メニューの積極的な情報発信」や「気軽に雪体験が楽しめるサービス・コンテンツ提供」、「スキーをしない観光客でもスキー場に行きたくする魅力や仕掛けの創出」に取り組んでいる。

本業務では、この取組の一環として、アジア市場向けに札幌ならではの都市型スノーリゾートの魅力や楽しみ方について、メディア・インフルエンサーを活用しながら発信することで、スノーリゾートとしての認知の拡大や興味関心の向上を図り、翌年度以降の雪体験を目的とする観光客の誘客に繋げることを目的とする。

3 業務委託期間

業務委託期間は、契約締結日から 2027 年 3 月 31 日(水)までの間の所定の日とする。
ただし、所定の日は業務内容に応じ、委託者が定めるものとする。

4 予算規模(契約限度額)

5,000,000 円(消費税及び地方消費税相当額を含む)
※上記金額内での提案を募集するものであり、契約予定額ではない。

5 業務内容

都市型スノーリゾートとして認知の拡大や興味関心の向上を図るため、香港市場でターゲット層に影響力のあるメディア・インフルエンサー等を対象とした FAM トリップを実施し、札幌ならではの都市型スノーリゾートの魅力的な過ごし方を紹介する効果的な情報発信を行うこと。

(1) 対象市場

ア 対象市場

香港

イ ターゲット層

観光を主目的とし、雪への興味関心・雪体験意向がある旅行者層

(2) FAMトリップ

ア 招請者数

1 者以上

イ 招請時期

2027 年 2 月。なお、悪天候時などに備え、体験の日程については、変更や延期等柔軟に対応できる体制を整えておくこと。

ウ 取材対象地域

札幌市内

エ 取材行程

取材行程（泊数、取材コンテンツ等）を作成すること。また、全行程終了後に被招請者からの意見徴収の時間を設けること。

オ 取材の調整、手配

取材実施に必要な一切の調整（取材先との連絡調整、被招請者との連絡調整等）、一切の手配（取材に係る宿泊、食事、通訳、ガイド・添乗員、交通手段・通信手段・カメラマン・撮影機材等の手配等）を実施すること。

(3) 情報発信

上記の取材に基づき、発信コンテンツを制作・調整し効果的に発信すること。なお、発信内容には必ず動画コンテンツを含めることとする。

ア 発信媒体

被招請者のオンラインメディアにより発信すること。

イ 発信内容

札幌の都市観光（観光スポット、グルメ、ショッピング、温泉等）の紹介にとどまらず、スキー場やスノーアクティビティ施設などの雪体験の要素を組み合わせ、札幌ならではの魅力や楽しみ方を訴求すること。なお、以下のコンテンツについては、発信内容に必ず含めること。なお、受託者は被招請者が発信する媒体において効果的に発信が行えるよう、必要なフォローアップを行うこと。

- ・ [2026 さっぽろホワイトイルミネーション](#)及び [2027 さっぽろ雪まつり](#)
- ・ 「[市内の中心部等とスキー場を結ぶ二次交通（バス）の在り方検討・実証業務](#)」
で運行する市内中心部と市内スキー場を結ぶ直通バス

ウ 発信時期

2027 年 2 月～ 3 月

(4) 実施結果の報告

業務完了期限までに、実施概要、実施結果及び効果を取りまとめて報告すること。報告は、画像や図表、数値データを用いて、できる限り分かりやすいものにすること。

(5) その他

- ア 札幌市は[スノーリゾートシティ SAPPORO 推進戦略](#)に基づき、ブランドイメージの確立や各種施策を実施していることから、本戦略に沿った事業の企画・実施を行うこと。
- イ 本業務における一切の成果物（コンセプト、デザイン、画像、映像、印刷物、報告書等）は、委託者が札幌市のプロモーションを目的とした範囲において、無償で二次利用や次年度以降のプロモーションに継続使用ができるように調整を行うこと。

6 企画提案を求める事項

以下の項目を含み、別紙の仕様書に記載された内容を満たす提案をすること。なお、企画提案書は評価基準に準じた構成で、本編 30 ページ程度を目安とし、簡潔かつ要点を整理した記載とすること。補足資料を含めた総ページ数は 50 ページ程度とし、評価の主対象は本編とする。なお、提案にあたっては、統計情報や各種レポート、自社の業務実績など、できる限り客観的なデータを用いた説明に努めること。

(1) 実施方針

香港における、観光を主目的とし、雪への興味関心・雪体験意向がある旅行者層のニーズや動態（人気の旅行目的地、滞在日数、旅行を志向する年齢層、旅行形態など）について考察し、札幌市の都市型スノーリゾートの特徴を踏まえて来札市場に対する解釈を示したうえ、本事業の実施にあたっての基本的な考え方や企画の特徴、詳細なターゲット等を明らかにすること。

(2) FAM トリップ

- ア 招請者の概要（影響力のある地域、メディアで取り扱っている内容、読者・視聴者の属性、メディアの発信力・影響力、情報発信の媒体等）を示すこと。また、招請者選定の理由をあわせて示すこと。
- イ 招請時期及び行程（泊数、取材コンテンツ等）を示すこと。また、選定した取材コンテンツの概要、取材コンテンツを選定した理由（選定したコンテンツが、ターゲット層に効果的に魅力を発信できると見込む理由等）を併せて示すこと。

(3) 情報発信

ア 情報発信媒体

情報発信を行うオンラインメディアを選定理由とともに示すこと。上記 6(2)アの招請者概要とあわせて示すことも可とする。

イ 情報発信内容

媒体での情報発信のテーマ・コンセプト、分量（記事・動画の長さ、発信回数等）、構成の想定等の内容を示すこと。また併せて、それらの内容がターゲット層に効果的に魅力を発信できると見込む理由を示すこと。

ウ 独自提案

メディア自身や関連施設による発信に留まらず、本事業の目的を達成するために効果的な手法がある場合には併せて提案すること。なお、当実行委員会が運営する、海外向けの札幌市公式観光ウェブサイト及び SNS（Visit Sapporo）との連携を提案する

ことも差し支えない。

【Visit Sapporo】

ウェブサイト：<https://visit.sapporo.travel/>

Instagram：<https://www.instagram.com/visit.sapporo/>

Facebook：<https://www.facebook.com/visitsapporo/>

(4) 効果測定

- ア 当該事業の有効性を測る事業指標及び成果指標を設定し、それぞれの設定目標を示すこと。なお、設定にあたっては、単なる表示回数ではなく、ターゲットの深い関心を示す質的な指標（動画視聴完了率、SNS での保存数・エンゲージメント率等）などの媒体ごとの具体的な目標値を算出根拠とともに示すこと。
- イ 当該事業指標及び成果指標の具体的な測定方法、測定時期を示すこと。
- ウ 当該事業に基づく波及効果の測定について提案がある場合は、波及効果の内容（指標）、測定方法、測定時期及び目標についても示すこと。

(5) 実施体制及び実施スケジュール

- ア 業務体制（人員体制を含む。但し、必ずしも氏名を明示する必要はない。）並びに業務の総括責任者及び各パートの責任者の役職及び実績を示すこと。
- イ 提案者及び業務体制を構成する事業者の会社概要並びにこれまでの類似業務の実施実績を示すこと。
- ウ 準備及び効果測定を含めた業務スケジュールを示すこと。

(6) 見積もり

業務の実施に必要な経費の総額及び内訳を明らかにした見積を示すこと。

7 参加資格要件

参加者は単独事業者のみとし、複数の事業者による共同での参加を認めない。参加者は、次の要件を全て満たすこと。ただし、下記(5)の要件を満たしていない場合であっても、その他の要件を満たしている場合は、下表に定める必要書面を参加申込書と同時に提出を行うことで、参加の申し込みを行うことができる。

- (1) 地方自治法施行令第 167 条の 4 の規定に該当しない者であり、かつその者を代理人、支配人、その他の使用人として使用する者でないこと。
- (2) 会社更生法による更生手続開始の申立てがなされている者又は民事再生法による再生手続開始の申立てがなされている者（手続開始の決定後の者は除く）等経営状態が著しく不健全な者でないこと。
- (3) 札幌市競争入札参加停止等措置要領に基づく参加停止措置を受けている期間中でないこと。
- (4) 事業協同組合等の組合がこの入札に参加する場合は、当該組合等の構成員が、構成員単独での入札参加を希望していないこと。

- (5) 札幌市競争入札参加資格者名簿（物品・役務）に登録されていること。
- (6) 審査基準日の直前 1 年間に於いて、1 期の決算における製造、販売、請負等の実績高があること。
- (7) 不渡手形又は不渡小切手を発行して、銀行当座取引を停止された者で、2 年を経過しない者でないこと。
- (8) 市区町村税、消費税・地方消費税を滞納している者でないこと。
- (9) 札幌市暴力団の排除の推進に関する条例第 2 条第 2 号に規定する暴力団員又は同条例第 7 条に規定する暴力団関係事業者でないこと。

＜札幌市の競争入札資格者名簿に登録されていないものが提出する書面＞

提出書面	備考
ア 申出書	(様式 3)
イ 登記事項証明書	※登記は現在事項証明または全部事項証明（写し可） ※参加申込書の提出日から 3 か月前の日以降に発行されたもの
ウ 財務諸表（直近 2 期分）	貸借対照表、損益計算書
エ 納税証明書 （市区町村税）	※本店（契約権限を委任する場合は受任先）の所在地の市区町村が発行するもの（写し可） ※参加申込書の提出日から 3 か月前の日以降に発行されたもの
オ 納税証明書 （消費税・地方消費税）	※未納がない旨の証明書（写し可） ※参加申込書の提出日から 3 か月前の日以降に発行されたもの

8 参加手続きに関する事項

(1) 日程

企画提案の公募開始	2026 年 9 月 25 日（金）
質問書の提出期限	2026 年 10 月 2 日（金）12 時 00 分
参加申込書の提出期限及び 競争入札参加認定通知書の提出期限	2026 年 10 月 9 日（金）12 時 00 分必着
企画提案書等提出期限	2026 年 10 月 16 日（金）12 時 00 分必着
選定委員会（ヒアリング）	2026 年 11 月 4 日（水）【予定】
選定結果の通知、契約締結	2026 年 11 月中旬

(2) 提出書類

下記アからエまでの提出書類について、上記(1)の提出期限までに担当へ持参または郵送（書留郵便等配達状況を確認できるものに限る）により提出すること。なお、電子メール、FAXでは受付しない。

ア 参加申込書（様式 1） 1 部

- イ 競争入札参加資格認定通知書 1部
(上記7(5)を満たさない場合は、札幌市の競争入札資格者名簿に登録されていないものが提出する書面一式)
- ウ 企画提案書及び業務費内訳書(見積書)
 - ・表紙に提案者の団体名称を記載したもの 3部
 - ・提案者の団体名称が記載されていないもの 10部
- エ 上記ウのPDFデータ(CD又はDVD) 1部

(3) その他の留意事項

- ア 提出書類の作成・提出に係る費用は申込者の負担とする。
- イ 提出書類に虚偽があった場合は失格とする。
- ウ 提出書類は理由の如何を問わず返却しない。
- エ 同一の申込者からの複数の企画提案書の提出は認めない。
- オ 審査の公正を期するため、企画提案書には、会社名、住所、ロゴマークなど、企画競争参加者を特定できる表示を付さないこと。
- カ 提出期限後の提出、差替え、変更、再提出及び追加を認めない。
- キ 当法人が選定にあたり必要と認めるときは、追加書類の提出を求めることがある。

(4) 質問の受付及び回答

企画提案を行うにあたり質問がある場合は、質問受付期間内に、所定の書面(様式3)に質問の要旨を簡潔に記入し、電子メールで送信するものとする。

ア 質問受付期限

2026年10月2日(金)12時00分まで

イ 質問に対する回答

質問を受けた場合は質問者に随時回答するとともに、企画提案を募集する上で広く周知すべきと判断されるものについては、質問の内容を当法人ホームページで公表する。

ウ 送付先電子メールアドレス

dmol@sta.or.jp

※メールのタイトルは、

「(団体名)2026年度アジア市場向けスノーリゾートプロモーション(メディア・インフルエンサー招請)業務質問書」とする。

9 選定方法

札幌市国内観光プロモーション企画競争実施委員会(以下、「実施委員会」という。)において、別添「評価項目及び評価基準表」により総合的に審査し、最も優れた企画提案者を契約候補者として選定する。

(1) 参加資格の審査及び結果の通知

「7 参加資格要件」に基づき審査を行い、提案者に審査結果を通知する。

(2) 実施委員会によるヒアリングの実施

企画提案者に対してヒアリングを行い、契約候補者を選定する。ヒアリングの実施にあたっては、次のとおり行うものとする。

ア 提案者側の出席者は最大3名までとする。

イ ヒアリングは、1企画提案あたり、30分（企画提案書に基づくプレゼンテーション15分、質疑応答15分）を想定し、順次個別に行うものとする。

(3) その他

ア 提案者の数によっては、一次審査（書類選考）を行う場合がある。

イ 評価の結果は、提案者全員に文書により通知する。

ウ 選定委員会が定める最低評価基準点（選定委員会出席委員数×100×0.6）を超えた場合のみ契約候補者として選定する。

エ 実施委員会による採点が同点の場合、委員全員の協議により契約候補者を選定する。

10 契約

契約候補者との契約は業務委託契約とする。また、原則として再委託を禁止し、委託者が事前に承諾した場合に限り、例外的に再委託できるものとする。詳細は契約書において規定する。本業務の実際の業務内容は、企画提案書に基づき、委託者と契約候補者による協議により決定する。企画提案書の内容がそのまま実際の業務内容とはならないことに留意すること。また、契約候補者が「7 参加資格要件」のいずれかに該当しないこととなった場合、契約を締結しないことがある。契約候補者との交渉が不調に終わった場合、選定委員会において次点とされた者と交渉する場合がある。

11 参加資格の喪失

企画提案者が参加資格を有することを確認したときから審査が確定するまで（契約候補者にあっては契約を締結するまで）の間に、次のいずれかに該当したときは提出された企画提案に関する評価をせず、又は契約候補者としての選定を取り消すものとする。

- (1) 参加資格を満たしていないことが判明し、又は満たさないこととなったとき
- (2) 提案書類に重大な不備や虚偽の記載をしたことが判明したとき
- (3) 不正な利益を図る目的で選定委員会の委員等と接触し、又は利害関係を有することとなったとき

12 失格事項

次のいずれかに該当したものは失格とする。

- (1) 提出書類の提出期間、提出場所、提出方法、記載方法等が、本提案説明書及び各様式にて定めた内容に適合しなかった者
- (2) 審査の公平性を害する行為をおこなった者
- (3) その他、本提案説明書等に定める手続き、方法等を順守しない者

13 参加資格等についての申立て

本企画競争において参加資格を満たさない、又は満たさないこととなった等の通知を受けた日の翌日から起算して10日（札幌市の休日を定める条例で規定する休日を除く。）以内にその理由等について書面により求めることができる。

14 評価についての申立て

企画提案者は自らの評価に疑義があるときは、選定結果に係る通知を受けた日の翌日から起算して3日（札幌市の休日を定める条例で規定する休日を除く。）以内に、自らの評価について書面により疑義の申し立てを行うことができる。

15 企画提案の著作権等に関する事項

- (1) 企画提案の著作権は各提案者に帰属する。
- (2) 当法人が本業務の実施に必要と認めるときは、企画提案を当法人が利用（必要な改変を含む）することを許諾するものとする。この場合は、あらかじめ提案者に通知するものとする。
- (3) 企画提案者は、当法人に対し、提案者が企画提案を創作したこと及び第三者の著作権、著作人格権及びその他特許権、商標権を含むいかなる知的財産権を侵害するものではないことを保証するものとする。
- (4) 企画提案の利用について、第三者から権利侵害の訴えその他の紛争が生じた時は、企画提案者は、自己の費用及び責任においてこれを解決するものとし、かつ、当法人に何らかの損害を与えたときは、その損害を賠償するものとする。
- (5) 提出された企画提案その他本件企画競争の実施に伴い提出された書類について、札幌市情報公開条例に基づき公開請求があったときは、同条例の定めるところにより公開する場合がある。

16 その他留意事項

- (1) 企画提案に係る一切の経費については提案者の負担とする。
- (2) 各種提出書類について、提出期限後の提出、差替え、変更、再提出及び追加提出は一切認めないものとする。

17 問合せ先

担 当 一般社団法人札幌観光協会 観光地経営推進部 プロモーション G
高松、小松

住 所 〒060-0001 札幌市中央区北1条西2丁目 北海道経済センター7階

電 話 011-211-3341

FAX 011-231-1970

メール dmol@sta.or.jp

「評価項目及び評価基準表」

評価基準点は「5点：非常に優秀 4点：優秀 3点：委託可能 2点：やや劣る 1点：劣る」とし、「評価基準点×係数」により評価点を求めるものとする。参加者が1者となった場合でも、別に定める最低基準点を超えた場合に限り優先交渉団体とする。

評価項目	評価内容	係数	評価点
実施方針の 的確性 (6-(1)関係)	実施方針の策定に係る分析は適切であり、基本的な考え方や企画の特徴、詳細なターゲットは明らかになっているか。	3	15
FAM トリップ (6-(2)関係)	招請者はターゲットに対し発信力・影響力があり、効果的に認知拡大を図ることが期待できるか。	3	15
情報発信力 (6-(3)関係)	情報発信する媒体は、ターゲットに対し発信力・影響力があり、効果的に認知拡大を図ることが期待できるか。	3	15
	情報発信の内容はターゲットの関心を惹きつけ、効果的に札幌の都市型スノーリゾートの魅力を訴求できるものであるか。	4	20
	情報発信のタイミングや回数・量は発信効果を高めるものであるか。	2	10
成果指標・効果 測定の妥当性 (6-(4)関係)	単なる露出数に留まらず、ターゲットの深い関心を示す質的な指標や、実来訪効果を定量的に測るための指標と計測スキームが適切に設定されているか。	3	15
体制・計画 の適否 (6-(5)関係)	業務を遂行するための適切な業務体制及び人員確保がなされ、確実かつ柔軟に遂行し得るスケジュールになっているか。類似業務の実績は十分か。	1	5
経費の妥当性 (6-(6)関係)	提案内容に対して積算額及び内訳が妥当であるか。	1	5
		合計	100