

**令和4年度 動画マーケティング促進事業委託業務
企画提案説明書（仕様書）**

1 業務名

令和4年度 動画マーケティング促進事業委託業務

2 事業背景及び業務目的

札幌市では2022年に策定した「第2期札幌市映像活用推進プラン」の中で、「市民が誇りを持って暮らす魅力あふれる都市」さっぽろの実現の為には、映像の力の活用が必要であると提言しており、映像を広告などの企業活動に取り入れる側、「使い手」と映像の制作及び発信の事業に係る側、「作り手」との間で隔達な映像制作が行われることが必要であると言及している。

本事業は、使い手と作り手の間で行われる映像制作の受発注を活性化させるため、セミナーやマッチングイベントを開催することで、使い手にマーケティングやブランディングの新たな方法として、映像を活用するきっかけを提供するものである。また、作り手には多様なクライアントニーズに対応し、より訴求力の高い映像を制作するためのヒアリング力、企画力などを磨く機会を提供するものである。

このように、本事業を通じて使い手にマーケティングやブランディングを図る手法として映像の活用を促すことで、市内の映像制作に対する需要の拡大につなげ、制作機会の拡大が作り手のスキルを向上させ、さらに魅力的な映像を産み出すものとなる。

これら好循環を生み出すことが、本事業の目的であり、セミナー等とマッチングイベントを通して、作り手と使い手両者が一体となって映像活用を含めたビジネス全体を構築できるよう支援するため、本事業を遂行するものである。

3 用語の定義

(1) 使い手

製造・小売・飲食・観光業など、映像を広告などの企業活動に取り入れる側。自社の商品やサービスのPRを考えている道内企業のことを指す。

(2) 作り手

個人、企業などの形態を問わず映像の制作及び発信に係る事業を行うもので、札幌市内の事業者及び個人のことを指す。

(3) セミナー等

セミナーやトークイベント、交流会、勉強会、対談イベントなど事業目的を達成する角度を高めるためのもの。なお、使い手と作り手に向けたセミナー等を行う目的を次に示す。

(ア) 使い手に向けたセミナーの目的

使い手となる事業者がマーケティングやブランディングの新たな手法として、映像を活用するきっかけとなること。

(イ) 作り手に向けたセミナーの目的

作り手が、多様なクライアントニーズに対応し、より訴求力の高い映像を制作するためのヒアリング力、企画力などを磨く機会となること。

(4) マッチングアドバイザー

使い手と作り手に対して、専門知識と経験に基づくアドバイスを行い、双方の意識改革とレベル

の引き上げを行うことができる者。

4 業務期間

契約締結日から令和5年3月31日まで

5 予算規模

10,000,000円（消費税及び地方消費税を含む）

6 業務内容

本業務を確実にかつ円滑に遂行するため、本業務全般の企画・運営、セミナー等の実施や広報物等のコンテンツ制作、使い手と作り手への周知と事業参加への働きかけを行うこと。

また、本業務の目的を十分に把握し、合理的かつ能率的な作業計画を立案すること。本業務における運営事業者を求める業務は次のとおりである。

なお、業務の内容は現時点の予定であり、今後、企画提案の結果によって委託者と協議し調整するものとする。

(1) セミナー等の企画と運営

使い手と作り手それぞれに対し、事業目的を達成する確度を高めるためのセミナー等を開催すること。使い手・作り手ともに、市内・道内は中小企業が大半を占めるため、大企業の先行事例のほか、中小企業のモデルケース等も意識した内容とすること。ここで実施するセミナー等は、後掲するマッチングイベントへの参加を誘導する役割をもつため、マッチングイベントへの参加への呼びかけを十分に行える時期に開催すること。

- (ア) 使い手と作り手に対してそれぞれの目的を達成するための内容とすること。日程及び回数は問わない。
- (イ) 使い手に向けては、動画を活用したマーケティングなどについての理解を深め、映像を含むコンテンツを積極的に活用することで経営全体を見直す機会を創出することを主目的とする。
- (ウ) 作り手に向けては、使い手のニーズに応える企画提案力、制作のみに偏らないコンサルティング能力の向上を目指す内容とすること。
- (エ) 実施に関しては、オンライン、オンサイトは問わない。
- (オ) 参加費は無料とする。
- (カ) できる限り多くの参加者が見込めるよう、一つの形式に偏らず、イベント、交流会方式など幅広く企画すること。
- (キ) セミナー等への参加は事前受付によることを基本とし、参加者の募集、参加者情報の収集と管理を行うこと。
- (ク) セミナー実施後は、マッチングイベントに参加する、もしくは興味があるという企業に対して個別にヒアリングを行い、イベント参加に誘導すること。また、ヒアリングはマッチングアドバイザーが行うこととし、当財団も可能な限り同席する。なお、訪問、オンラインなど手段は問わない。

(2) マッチングイベントの企画と運営

使い手と作り手との間で、映像コンテンツ制作の受発注を生み出すためのビジネスマッチング

イベントを企画し、実施すること。

- (ア) 業務期間中のいずれか1日以上を設定し実施すること。
- (イ) 参加する使い手は、10社程度とし、上限を設けない。
- (ウ) 使い手1社につき、3社程度の作り手をマッチングするよう努めること。
- (エ) 顔合わせも重要な要素として捉え、可能な限りオンサイト（現地実施）での開催をすること。
- (オ) イベント会場の調整、確保、スタッフによる運営（受付、進行、誘導など）、会場造作などを行うこと。
- (カ) 商談は個別商談形式とするため、参加者が商談しやすい環境作りに努めた会場造作を行うこと（会場装飾、ブース設置と装飾、モニター設置、展示パネル設置、企業名掲示等）。
- (キ) イベントには、作り手による自社の公開プレゼンを組み入れること。
- (ク) 当日の個別商談は、マッチングアドバイザーが事前にヒアリングした内容から精査し、事前に使い手と作り手のスケジュールを固定し実施すること。
- (ケ) 参加料は無料とする。但し、参加者が消費するものの実費相当額の徴収は可能とする。

(3) マッチングアドバイザーの設置

事業目的を達成するため、使い手と作り手に対して、専門知識と経験で培ったアドバイスをを行い、双方の意識改革とレベルの引き上げを行うことができるマッチングアドバイザーを1名以上設置すること。なお、マッチングアドバイザーに求める能力や業務内容は以下のとおりである。

- (ア) マッチングアドバイザーは、企業の経営や広報におけるコンサルティング知識・経験を有していること。また、札幌市内の映像産業及び広告産業に精通している者が望ましい。なお、受託者の内部にこれらの知識・経験を有する者がいれば、外注する必要はない。
- (イ) マッチングアドバイザーは参加を予定している使い手の経営理念や課題をヒアリングすること。その上で、商品やサービス若しくは自社のブランディングが、競合他社との差別化を生み出し、自社の商品やサービスを正しく伝える上で必要な経営戦略であり、自社が成長する上では欠かせないものであることを意識させること。
- (ウ) マッチングアドバイザーは参加を予定している作り手の映像制作に対する方向性や経営課題をヒアリングすること。その上で、使い手の経営理念や課題を共有し、課題解決の方向性等を示唆すること。また、マッチングイベント時のプレゼンテーションや商談方法について、具体的にアドバイスすること。使い手の課題や映像の活用方法などを鑑みた映像内容についても言及し、商品やサービスが売れるため、映像でどのように付加価値を見せるかなどの具体的な案などについても思案していくよう誘引していくこと。
- (エ) 使い手、作り手ともにヒアリングした後は、ヒアリングシートを作成し、委託者と共有すること。
- (オ) マッチングアドバイザーは、使い手と作り手双方からのヒアリングを終えた後、ヒアリングした内容を精査し、使い手と作り手の適切な個別商談スケジュールを組むこと。
- (カ) マッチングアドバイザーは、マッチングイベント開催後、フォローアップを行い、使い手と作り手の間の受発注創出に尽力する働きをすること。

(4) 募集と告知、特設 LP(ランディングページ)の設置

セミナー等の開催、マッチングイベントの開催及び参加者募集について、広く周知できるよう工夫すること。

- (ア) 複数の WEB 広告媒体を可能な限り活用し、より多くの対象者に周知できるように広範囲をカバーできる告知・募集を行うこと。
- (イ) WEB 広告掲載中は都度効果測定・分析を行い、ユーザーアクションの最大化を図るよう運用すること。
- (ウ) 本イベントに関する LP を設置し、LP 内の参加応募フォームから申し込みをする形にすること。
- (エ) 特設 LP は「参加するか、しないか」の判断を左右するページとなるため、マッチングイベントの概要や参加するメリットが十分に訪問者に伝わる内容で構築し、コンバージョン率の最大化を図ること。
- (オ) 上記手法に加えて、事前セミナー参加者への声かけや、個別訪問、電話でのアポイント、他イベント参加、DM 発送など、必要であれば実施し、事前提案した参加企業数に到達する様、工夫すること。

(5) 報告書の作成とフォローアップ

募集・周知・セミナー等の開催・マッチングイベントの開催・マッチングアドバイザーについての報告書を作成し、マッチングアドバイザーはマッチングイベント実施後、企業間の受発注が醸成されるようフォローアップの取り組みを行うこと。

- (ア) イベント参加者に対して、アンケート等を用いて実態把握を行い、WEB 広告アクセスデータとともに報告書によりまとめること。
- (イ) アンケート項目は契約締結後に委託者と協議のうえ決定する。また本業務で実施したイベントはすべてアーカイブ化し、作成された動画・画像素材・パンフレット・プログラム講義資料等とともにデータ等で提出をすること。
- (ウ) 業務委託期間中にマッチングが成約した場合は、売上高（見込み）を含む報告も入れ込むこと。

(6) 感染予防対策

新型コロナウイルス感染症の感染予防対策を適切に行うこと。実地開催が不能となる場合は、オンラインベースでの代替企画に切り替えて実施することとし、内容については事前に委託者と協議のもと決定する。

(7) 事業全体のブランドイメージデザインと独自提案

企画提案にあたり、本事業全体のブランドイメージをデザインした上で業務を構築すること。また、受託者独自に事業効果を高めるために有効な手法（他イベントとの連動やネットワークの活用等）があれば、積極的に提案すること。

7 留意事項

- (1) 業務の履行に際しては、業務の管理及び統括を行う者 1 名を配置すること。

- (2) 受託者は、業務遂行上の詳細な内容について委託者と十分な打ち合わせを行い、承認を受けること。
- (3) 受託者は、関係法令を遵守し、誠実に業務の遂行に当たること。
- (4) 受託者は、本業務の遂行に当たって収集し、知り得た企業、市民等の情報等の一切の事項について、本業務の履行期間及び履行後において、外部に漏えいがないようにするとともに、目的外に使用しないこと。
- (5) 本業務での作成物等については、委託者がその著作権を持つものとする。
- (6) この仕様書に定めのない事項及び疑義が生じた事項については、委託者と協議のうえ決定すること。

8 企画提案を求める事項

以下の(1)～(6)について企画提案書を作成するものとする。なお、提案にあたっては統計情報や各種調査レポート、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

市内・道内を取り巻く映像コンテンツ産業の実態や道内他産業の広告手法、ブランディング手法の現状、特に札幌の地域性や産業構造を踏まえ、本事業の実施に当たって基本的な考え方、企画の特長・ねらい等を明らかにすること。

(2) 業務内容の企画

- (ア) 前述の業務内容に基づき企画するセミナー等及びマッチングイベントについて可能な限り具体的に提案すること。
- (イ) 来場者数及びマッチング成立の目標数などを立て、狙いや内容、構成等を明確にし、先に述べた実施方針をどのような形でセミナー等及びマッチングイベントに具現化し落とし込んでいくかを読み手に理解させる内容で構築すること。
- (ウ) セミナー等及びマッチングイベントの実施回数や参加想定人数、開催予定日程、実施形態、実施体制、進行方法などを明確にすること。なお、それぞれの想定事項の根拠等も可能な限り記載すること。
- (エ) 過去に実施したイベント、プログラム、セミナー、ブランディング事業などの企画書もしくは実施報告書などがあれば提出することを推奨する。なお、本事業を実行する上で必要な経験や演出力、構築力を示すことができれば、種類は問わない。

(3) 参加告知方法

市内映像コンテンツ制作事業者と道内企業それぞれに対し参加告知方法を明確にするとともに、その有用性を示すこと。

(4) 業務体制及びスケジュール

- (ア) 全体の業務体制（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）及び業務の統括責任者、各パートの責任者を示すこと。
- (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) 準備期間を含めた業務スケジュールを示すこと。
- (エ) プログラム実施の進行スケジュールを示すこと。

(5) 見積り

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りを示すこと。

(6) その他

提案者独自のイベントとの連動、ネットワークの活用等、事業効果を高めるために有効な手法があれば、積極的に提案すること。

9 選定方法及び選定数

(1) 業務を委託する事業者は、公募型企画競争（プロポーザル）方式により選定するものとする。

(2) 応募のあった事業者の企画提案書を『動画マーケティング促進事業委託業務』企画競争実施委員会（以下『委員会』という。）において審査のうえ、1事業者を選定する。

10 参加資格要件

札幌市の競争入札参加資格者名簿に登載されており、かつ次に掲げる(1)～(8)の全ての要件を満たすものであること。

ただし、札幌市の競争入札資格者名簿に登録されていないものであっても、次に掲げる(1)～(8)の全ての要件を満たしており、(9)～(13)のいずれにも該当しない場合は、下記に定める必要書面の提出を行うことで、参加の申し込みを行うことができる。なお、これらの書面は参加申込書と同時に提出するものとする。

- (1) 会社更生法（平成14年法律第154号）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（平成11年法律第225号）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。）等経営状況が著しく不健全なものでないこと。
- (2) 札幌市競争入札参加停止等措置要領（平成14年4月26日財政局理事決裁）の規定に基づく参加停止の措置を受けている期間中でないこと。
- (3) 暴力団員による不当な行為の防止等に関する法律（平成3年法律第77号）第2条第2号に規定する暴力団又は札幌市暴力団の排除の推進に関する条例（平成25年条例第6号）第7条第1項に規定する暴力団関係事業者でないこと。
- (4) 共同請負を認めるときは、当該共同請負人がそれぞれ単独で又は他の者と共同して参加していないこと。
- (5) 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ること。
- (6) 札幌市内に本社又は営業所等の拠点をもつものであること。
- (7) 法人税、消費税等、納付すべき税金を滞納していないこと。
- (8) その他必要と認める事項。
- (9) 特別の理由がある場合を除くほか、次のいずれかに該当する者
 - (ア) 契約を締結する能力を有しない者
 - (イ) 破産手続開始の決定を受けて復権を得ない者
 - (ウ) 役員等（申請者が個人である場合にはその者を、申請者が法人である場合にはその役員又はその支店若しくは営業所（常時契約を締結する事務所をいう。）の代表者、申請者が団体である場合は代表者、理事等をいう。以下同じ。）が暴力団員（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をいう。以下同じ。）であると認められる者

- (エ) 暴力団（札幌市暴力団の排除の推進に関する条例第 2 条第 1 号に規定する暴力団をいう。以下同じ。）又は暴力団員が経営に実質的に関与していると認められる者
 - (オ) 役員等が自己、自社若しくは第三者の不正の利益を図る目的又は第三者に損害を加える目的をもって、暴力団又は暴力団員を利用するなどしたと認められる者
 - (カ) 役員等が、暴力団又は暴力団員に対して資金等を供給し、又は便宜を供与するなど直接的あるいは積極的に暴力団の維持、運営に協力し、若しくは関与していると認められる者
 - (キ) 役員等が暴力団又は暴力団員と社会的に非難されるべき関係を有していると認められる者
- (10) 札幌市との入札及び契約等において、次のいずれかに該当すると認められる者及びその者を代理人、支配人その他の使用人又は入札代理人として使用する者（ただし、その事実があった後、既に 3 年を経過した者、又はこれらの事由により既に札幌市競争入札参加停止等措置要領に基づく参加停止の措置を受けた者を除く。）
- (ア) 契約の履行に当たり、故意に工事、製造その他の役務を粗雑に行い、又は物件の品質若しくは数量に関して不正の行為をした者
 - (イ) 競争入札又はせり売りにおいて、その公正な執行を妨げた者又は公正な価格の成立を害し、若しくは不正の利益を得るために連合した者
 - (ウ) 落札者が契約を締結すること又は契約者が契約を履行することを妨げた者
 - (エ) 地方自治法（昭和 22 年法律第 67 号）第 234 条の 2 第 1 項の規定による監督又は検査の実施に当たり職員の職務の執行を妨げた者
 - (オ) 正当な理由がなくして契約を履行しなかった者
 - (カ) 契約により、契約の後に代価の額を確定する場合において、当該代価の請求を故意に虚偽の事実に基づき過大な額で行った者
 - (キ) 競争入札に参加できないこととされている者を契約の締結又は契約の履行に当たり代理人、支配人その他の使用人として使用した者
- (11) 直前 1 期の決算（当該期の会計期間が 12 月に満たない場合は直前 2 期の決算）における製造販売、請負等の実績高がない者
- (12) 不渡手形又は不渡り小切手を発行して、銀行当座取引を停止された者で、2 年を経過しない者
- (13) 市区町村税又は消費税・地方消費税を滞納している者

<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>

ア 申出書

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 ヶ月前の日以降に発行されたもの

ウ 財務諸表（直前 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委任先）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 ヶ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 ヶ月前の日以降に発行されたもの

11 参加手続きに関する事項

(1) スケジュール

(ア) 企画提案に関する質問の受付	令和4年7月13日(水) 17時まで
(イ) 参加意向申出書(様式1)の提出期限	令和4年7月15日(金) 17時まで
(ウ) 企画提案書の提出期限	令和4年7月21日(木) 17時まで
(エ) 審査委員会の実施	令和4年7月下旬
(オ) 選考結果の通知	令和4年7月下旬
(カ) 契約	令和4年7月下旬

(2) 提出書類

(ア)～(エ)までを一式とし、正本として一部提出すること。副本は、(イ)～(エ)までを一式とし、10部提出すること。提出にあたっては、一式をクリップで留めることとし、ステープラーは使用しないこと。また特別な製本も行わないこと。

- (ア) 企画提案申込書(様式2)
- (イ) 企画提案者概要(様式3)
- (ウ) 企画提案書(自由様式)
- (エ) 積算書(自由様式)

(3) 留意事項

- (ア) 企画提案書の分量はA4版20ページ程度までとする。
- (イ) 企画提案書は、両面印刷で提出すること。
- (ウ) 見積書については、見積根拠がわかるように記載すること。
- (エ) 審査の公正を期すため、企画提案書には、会社名、住所、ロゴマークなどプロポーザル参加者を特定できる表示を付さないこと。
- (オ) 申込書類に虚偽があった場合は失格とする。
- (カ) 提出された書類については返却しない。

(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4)に質問の趣旨を簡潔に記入し、下記の宛先まで電子メールで送信すること。

- (ア) 質問受付期限は令和4年7月13日(水) 17時まで
- (イ) 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、質問の内容を一般財団法人さっぽろ産業振興財団販路拡大支援部映像産業振興課映像産業振興係のホームページ(<https://www.screensapporo.jp/>)で公表する。
- (ウ) 送信先 info@screensapporo.jp

*メールのタイトルは『(団体名)【動画マーケティング促進事業委託業務】質問書』とする。

12 契約候補者の選定方法

本プロポーザルにおいて、企画提案の内容は、『動画マーケティング促進事業委託業務企画競争実施委員会』（以下『実施委員会』という。）を設置して評価する。評価及び契約候補者の選定は、実施委員会が企画提案者に対するヒアリングを行って、最も適当と思われる提案者を選定し、もって契約候補者とする。

(1) 参加資格の審査及び結果の通知

『10 参加資格要件』に基づき審査を行い、参加団体に通知する。

(2) 評価の基準（100点満点）

評価項目	評価内容	配点
実施方針の適格性 『8(1)関係』	実施企画案は事業背景や業務目的を理解し、市内・道内の映像コンテンツ事業者や道内他産業の状況を踏まえた上で適切な方針としているか。	10
セミナー等及びマッチングイベントの内容評価 『8(2)関係』	実施方針を反映し、できるだけ多くの集客が見込める効果的な内容になっているか。	20
	セミナー等からマッチングイベントへ繋げる導線は明確であるか。	20
参加告知方法の評価 『8(3)関係』	参加者ターゲットにしっかりと届く告知方法を提案しているか。	15
体制・計画の適否 『8(4)関係』	業務を遂行するための適切な業務体制及び人員が確保され、確実に遂行し得るスケジュールになっているか。	10
経費の妥当性 『8(5)関係』	提案内容に対して積算額が妥当であるか。	10
提案者の独自性 『8(6)関係』	独自提案の内容が他イベントとの連動やネットワークの活用等、事業効果を高めるものとなっているか。	15

(3) 実施委員によるヒアリングの実施

別に期日を定め、企画提案書によるプレゼンテーション及び評価委員からのヒアリングを行い、契約候補者を選定する。ヒアリングの実施にあたっては、次の通り行うものとする。

(ア) 企画提案者側の出席は各団体3名までとする。

(イ) ヒアリングは、1企画提案あたり40分（企画提案書に基づくプレゼンテーション20分、質疑応答20分）を想定し、順次個別に行うものとする。

(4) 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をする。

(ウ) 総合得点満点の6割を最低基準点と定め、最低基準点に満たない場合は、契約候補者とししない。

(エ) 提案者が1者となった場合、最低基準点を超えた場合のみ契約候補者として選定する。

(オ) 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。

13 契約

契約については、選定された契約候補者と委託者の間で詳細を交渉のうえ、締結するものとする。ただし、この交渉の中で、企画提案内容の一部を変更することがある。

また、契約候補者が『10 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や契約候補者との交渉が不調に終わった場合は、実施委員会において次点とされた団体と交渉する場合がある。

14 参加資格の喪失

本プロポーザルにおいて、企画提案者が参加資格を有することを確認した時から審査が確定するまで（契約候補者にあつて契約を締結するまで）の間に、次のいずれかに該当した時は、提出された企画提案に関する評価は行わず、又は、契約候補者として選定を取り消すこととなる。

- (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時。
- (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時。
- (3) 不正な利益を図る目的で実施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時。

15 失格事項

以下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、本実施要領及び各様式に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行った者。
- (3) その他、本実施要領等に定める手続き、方法等を順守しない者。

16 企画提案の著作権等に関する事項

(1) 企画提案の著作権

- (ア) 企画提案の著作権は各提案者に帰属する。
- (イ) 実施委員会が本件プロポーザルの実施に必要と認めるときは、企画案を実施委員会が利用（必要な改編を含む）することを許諾するものとする。この場合は、予め提案者に通知するものとする。
- (ウ) 提案者は、実施委員会に対し、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。
- (エ) 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、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、受託者に何らかの損害を与えた時は、その損害を賠償するものとする。

17 その他の留意事項

- (1) 企画提案、プレゼンテーション等に係る一切の費用は、企画提案者の負担とする。
- (2) 提出のあった企画提案書等は返却しない。なお、提出された企画書は、当方において提出者に無断で使用しない。
- (3) 提出された企画提案書の訂正、追加、再提出は認めない。

- (4) 同一の事業者からの複数の企画提案書の提出は認めない。
- (5) 提案以降のやむを得ない事情変更（新型コロナウイルス感染症による影響、調査実施結果等）により提案を行った企画が実現できなくなった、又はすることが妥当でない場合は、実現可能性の高い企画を再度提案すること。なお、再度提案する企画は、元の企画と同程度の企画を実施すること。
- (6) 申込後に辞退する場合は、取下願（様式5）を提出すること。

18 各書類の提出先・問い合わせ先

〒003-0005 札幌市白石区東札幌5条1丁目1-1

一般財団法人さっぽろ産業振興財団販路拡大支援部映像産業振興課 担当：松浦・佐藤

TEL：011-817-5711 FAX：011-817-5722 E-mail：info@screensapporo.jp