

回答書

瀬戸内市プロモーション業務について、以下のとおり回答いたします。

NO	質問項目	質問内容	回答
1	実施要領 4参加資格	参加資格(7)「過去5年間に於いて、本業務と同等もしくは類似した業務実績があること」について、民間企業や医療機関向けのデジタルマーケティング業務(SNS運用、動画制作、Web広告運用等)やオペレーション業務(LINEの実運用や配達活動など)は「類似した業務実績」として認められますか。	本プロポーザルには複数の業務が含まれますので、いずれかの業務に類似した業務であれば業務内容を明記のうえ記入してください。
2	実施要領 8企画提案書作成方法	提案書提出時(4月30日)の時点で再委託先が確定していない場合、「再委託予定先」として候補会社名を記載する形での提案は認められますか。	再委託を予定している場合は記入してください。
3	仕様書 5業務内容 (3)ブランディング動画制作	「ブランディング動画制作」と「YouTube及びSNS投稿動画制作」の業務は共に「本市の魅力効果を効果的に発信し、移住促進を図るためのブランディング動画制作業務」という記載がございますが、どのような点で差別化を図るのか、現時点でのイメージをご教示ください。	それぞれの業務内容をご確認いただき、提案をお願いします。
4	仕様書 5業務内容 (3)ブランディング動画制作	ブランディング動画において「タレント又は著名なインフルエンサー」を起用するとありますが、出演者の知名度やジャンル等について、想定している条件や方向性があればご教示ください。	本プロポーザルの目的を達成できるよう検討をお願いします。
5	仕様書 5業務内容 (3)ブランディング動画制作	特に注力すべきテーマや内容はありますか?(子育て支援、住環境、教育環境等)	本プロポーザルの目的を達成できるようなテーマや内容について提案をお願いします。
6	仕様書 5業務内容 (3)ブランディング動画制作	ブランディング動画に起用する「タレント又は著名なインフルエンサー」について、市側でご希望の条件や方向性(例:岡山県ゆかりの方を優先・子育て系の発信者等)がある場合はお教えください。	本プロポーザルの目的を達成できるよう検討をお願いします。
7	仕様書 5業務内容 (4)YouTube及びSNS投稿動画制作	YouTube動画(月5本)及びSNS動画(月10本)の制作が求められていますが期間全体を通じて当該本数を継続する必要があるのか、あるいは効果検証に基づき本数の調整を行う提案は可能かご教示ください。	動画の制作本数については、仕様書に記載のとおりとします。

8	仕様書 5 業務内容 (4)YouTube 及びSNS投稿動 画制作	<p>・Youtubeチャンネル投稿用動画(横長20分程度)を月5本、各SNS投稿用動画(縦長約1分30秒)を月10本制作とありますが、いつ頃からの投稿を予定されていますか？この本数についての意図や数的な根拠はございますか？</p> <p>・企画や制作クオリティを向上させるため、制作本数の削減や動画尺の短縮なども許容されますか？</p>	投稿時期については動画の内容について協議のうえ、決定することとします。動画の本数及び動画尺については仕様書に記載のとおりです。
9	仕様書 5 業務内容 (4)YouTube 及びSNS投稿動 画制作	「YouTube投稿用動画を月5本、SNS投稿用動画を月10本制作すること」という要件は、現在仮で策定している水準として理解してよいでしょうか。品質とKPI達成を最優先した場合、本数・テーマ・シリーズ構成等について受注者から本数の提案をすることは可能でしょうか。	動画の本数については仕様書に記載のとおりです。
10	仕様書 5 業務内容 (4)YouTube 及びSNS投稿動 画制作	発注者立ち会いによる試写は必須でしょうか。動画の投稿頻度が高い、かつ、SNS動画はフレキシブルな投稿も訴求に必要なため、メールベースなどで遠隔の試写が可能であれば、業務遂行の観点から望ましく感じているため、ご教示をお願いいたします。	試写については協議により決定することとします。
11	仕様書 5 業務内容 (4)YouTube 及びSNS投稿動 画制作	ロング、ショートともに、尺と配信頻度は効果的にPRを行えるというロジックに基づいていけば、仕様書に書かれている通りでなくても良いでしょうか。※たとえば長尺動画は1本20分程度ではなく、1本あたりの動画の尺を短くし、配信頻度が上がる方式を取るなどの裁量は受注側でも検討が可能であり、効果を求めていく上で重要。	動画の尺と配信頻度については仕様書に記載のとおりです。
12	仕様書 5 業務内容 (4)YouTube 及びSNS投稿動 画制作	動画の投稿作業はただ動画を投稿するだけでなく、ターゲットにリーチしやすいタグの埋め込みなど、複雑な内容を想定していますが、その作業は受注側で行うことは可能でしょうか。また動画に対してのコメントなどへのリアクションもYouTube運用に関しては重要な要素となるが、ユーザーへのリアクション作業の担務は受注側で行う事が可能でしょうか。	受注者側での作業をお願いします。
13	仕様書 5 業務内容 (4)YouTube 及びSNS投稿動 画制作	上記アクションにも付随しますが、受注側がログイン権限を持たない場合、共同管理者としての権限を付与いただきインサイト分析など運営に必要な作業を受注側でも行うことは可能でしょうか。	運営に必要な作業が行えるよう手配を行う予定としています。
14	仕様書 5 業務内容 (5)インフルエ ンサープロモー	<p>総フォロワー数300万人以上のインフルエンサーを起用するとありますが、当該フォロワー数については、</p> <ul style="list-style-type: none"> ・単一のインフルエンサーでの達成が必要か ・複数インフルエンサーの合算でも可か 	仕様書に記載のとおりです。

	シオン	・複数SNSのフォロワー合算でも可かについてご教示ください。	
15	仕様書 5 業務内容 (5)インフルエンサープロモーション	インフルエンサープロモーションにおいて、広告費は委託料の範囲内で概ね2割以内とされていますが、当該2割はインフルエンサープロモーションに関連する広告費のみを対象とするのか、それとも本業務全体における広告費の上限を示すものかご教示ください。	仕様書に記載のとおりです。
16	仕様書 5 業務内容 (5)インフルエンサープロモーション	「総フォロワー数300万人以上のインフルエンサーを起用する」という要件は、複数のインフルエンサーのフォロワー数を合算して300万人以上とすることで要件を満たすことができますか。ターゲット層へのリーチ・エンゲージメント率・コスト効率の観点から、100万フォロワー規模のインフルエンサーを複数名起用する方が効果的な場合があるためです。	仕様書に記載のとおりです。
17	仕様書 5 業務内容 (6)Webサイト構築	本業務で構築する特設サイトについて、既存の移住関連サイト等との役割分担や連携方法(統合・誘導等)の考え方があればご教示ください。	本業務で構築する特設サイトについて、より効果的な仕組みを提案してください。
18	仕様書 5 業務内容 (6)Webサイト構築	①「固定ページを15ページ程度作成」とありますが、想定されている掲載コンテンツの構成(例:移住支援制度、子育て環境、住まい情報、仕事情報、体験談等)がございましたらご教示ください。また、既存の掲載内容や参考とすべき他自治体サイト等があれば併せてご教示いただけますと幸いです。 ・記事投稿・更新機能について、特に継続的な更新を想定されているコンテンツ(例:イベント情報、移住者インタビュー、最新ニュース等)がございましたらご教示ください。	より効果的な掲載コンテンツの提案をお願いします。
19	仕様書 5 業務内容 (6)Webサイト構築	日常的なコンテンツ更新・記事投稿は市担当者が行う前提でよいでしょうか。受注者側は主にシステム保守・技術支援に注力する設計で提案してよいですか。	日常的なコンテンツ更新・記事投稿をどのように分担するかについては協議のうえ、決定することとします。
20	仕様書 9著作権及び二次利用 (1)本業務により制作された成果物(インフルエンサープロモーションによる成果物を除く)の著作権	成果物(インフルエンサープロモーションによる成果物を除く)の著作権については(2)プロモーションキービジュアル制作(3)ブランディング動画制作においてタレントまたは著名な人物を使用した場合にも制限がかかる認識でよろしいでしょうか？	原則、市に帰属及び二次利用できるものとなりますが、特別の事情がある場合には市との協議の上個別で定めることとします。

21	KPIについて	本業務では、社会増250人の達成を最終目標とし、中間指標として「Webサイト訪問数、問い合わせ数、資料請求数」等を設定するとされていますが、現時点で想定されている目標値や、過年度の実績値(参考となる数値)があればご教示ください。	目標値等は提案をお願いします。
22	KPIの設定変更・提案の自由度	仕様書に記載されているKPIの一部(インフルエンサーフォロワー数300万人以上・月1本以上の制作等)について、達成が困難または予算と見合わない水準となる可能性があります。提案書においてKPIの変更・代替指標の提案、またはKPIの設定を協議の上で決定することは可能でしょうか。	仕様書に記載のとおりです。
23	定例ミーティングの実施方法について	2週間に1回の定例ミーティングは原則対面とされていますが、オンラインでの実施や併用は可能か、また開催場所の想定についてご教示ください。	協議のうえ、決定することとします。
24	ターゲット設定の詳細について	ターゲットは「20～30歳代の子育て世代」とされていますが、県内・県外の優先度や、具体的に想定されているペルソナ像があればご教示ください。	本プロポーザルの目的を達成できるよう検討をお願いします。
25	市役所の年間休暇スケジュール	年間の業務スケジュール・進行管理を適切に設計するため、令和8年度における市役所の主な休暇・閉庁期間(夏季休暇・年末年始休暇・祝日の連休等)について、大まかなスケジュールをお教えいただけますか。	主に土日祝日及び年末年始(12月29日～1月3日)は閉庁日です。
26	移住者・転出者へのヒヤリング調整	企画提案書の作成に先立ち、実際に瀬戸内市へ移住された方・瀬戸内市から転出された方へのヒヤリングを実施したいと考えております。該当する方の紹介・日程調整について、市担当者様と連携しながら進めることは可能でしょうか。	ヒヤリング等は契約後に協議のうえ、必要に応じて対応することとします。
27	子育て支援・補助金制度の実績資料の提供	企画提案書の作成にあたり、瀬戸内市の子育て世代・未成年者向けの補助金・助成金の一覧と、実際の承認実績・付与実績がわかる資料をご提供いただくことは可能でしょうか。	資料の提供については、契約後に協議のうえ、対応することとします。
28	若年層の流出要因・移住意思決定に関する調査データの開示	公開データの分析を踏まえ、以下について市が既に調査・把握されているデータがあればご提供いただけますでしょうか。 ①若年層の市外流出の主な要因 ②若年層が地元に残ると判断する条件・要素 ③移住・定住の意思決定において最も影響力の大きい要因(住宅・子育て環境・仕事・交通等)	資料の提供については、契約後に協議のうえ、対応することとします。

29	2025年度の移住者数	2025年度に瀬戸内市に転入した移住人数を教えてください。	資料の提供については、契約後に協議のうえ、対応することとします。
----	-------------	-------------------------------	----------------------------------