

質問に対する回答書（令和6年度メディアリレーション業務委託プロポーザル）

令和6年4月25日

No.	質問	回答
1	当事業の受託者をプロポーザルで決めるのは今年が初めてでしょうか。もし以前にも同様のプロポーザルを実施している場合、過去それぞれの年の受託者、並びに施策の詳細な内容を教えて頂けたら幸いです。	今年初めて実施します。
2	同様の施策を過去に実施している場合、前年度施策の課題や改善点を教えてください。	首都圏メディアに向けたプレスリリース等を実施していましたが、一方的な情報発信になりがちで、メディアとの関係構築が難しかったため、今年度メディアリレーション業務として発注することとなりました。
3	プレスツアーはこれまでも実施されているでしょうか。実施されている場合はプレスツアーからどのようなメディア露出獲得につながったかご教示ください。	過去に実施した際は、テレビ番組や雑誌、インターネット記事の露出に繋がりました。
4	静岡市シティプロモーションの大方針や戦略など規定されていますか。ある場合ご共有いただくことは可能でしょうか。	策定されていません。
5	PRを通して実現したいことについて教えてください。（露出を獲得することで、魅力度の%増加を目指すなど）	静岡市の、地域としてのブランドが確立され、総合的な魅力度や認知度が高い状態を目指しています。地域ブランド調査（ブランド総合研究所）の情報接触度をKPIに設定しています。
6	静岡市様として注力したい発信情報はありますか。仮にある場合は、どのようなトピックでしょうか。	これまで桜えび、レッサーパンダのブランド化に注力していましたが、令和6年度はSDGsを基軸とした「美食・絶景・歴史」の感動体験ができるまちのブランドイメージを構築していきたいです。
7	2024年から2025年にかけての、行事やイベントなど含むプロモーション関連マスタスケジュールはございますでしょうか。	現在お示しできるものはありません。
8	メディア誘致、交流会などにかかる諸経費（メディアの移動費、宿泊費など）は、提示予算内11,000,000円の中に含まれますか。	含まれます。
9	広告効果額の算出方法に定めはありますか。	根拠が明確であれば、定めはありません。
10	メディアが多く集まるイベント（発表会や勉強会など）を実施するための会場は、市側の施設を使用させて頂けるのでしょうか。	可能です。
11	定期的なお打ち合わせについては、現地とオンライン（東京）のハイブリッドの実施で問題ございませんでしょうか。	問題ありません。
12	令和6年度で予定している大きなイベント／発表／プロジェクトなどのご予定を時期・内容それぞれ可能な限り伺えますでしょうか。	令和6年度重点事業の概要をご確認ください（ https://www.city.shizuoka.lg.jp/documents/10691/01006447.pdf ）。
13	令和5年度の本メディアリレーション業務の露出件数・広告換算額をそれぞれ媒体ジャンル別（TV/紙/WEB）で教えてください。	ジャンルの区分けがご質問の内容と少し異なりますが、以下のとおりです。 テレビ・ラジオ：400媒体、196,888,200円 新聞：122媒体、37,695,708円 雑誌・WEB：1,808媒体、698,219,872円

14	令和5年度の本事業受託者のもとで、実施してみてよかったことをご教示ください。	今年度とは委託事業の仕様が異なりますが、メディアネットワークを活用した効果的な情報発信や、受託者の自由提案に基づく個別取材誘致を実施できたこと。
15	令和5年度の本事業受託者のもとで、課題点や実施したかったが叶わなかったことをご教示ください。（未実施の場合、その理由もご教示いただけますと幸いです。）	首都圏メディアに向けたプレスリリース等を実施していましたが、一方的な情報発信になりがちで、メディアとの関係構築が難しかったため、今年度メディアリレーション業務として発注することとなりました。
16	令和5年度の本業務では、リリース配信以外のメディアへの情報発信手法としてどのようなことをしていましたか。（ニュースレター配信など）	企画特集記事での露出を目的とする、メディアへの個別プレゼンテーションなど。
17	本業務において、特にメディアに取り上げてもらいたい情報（県政や地場産品、観光情報など）を可能な範囲でお伺いできますと幸いです。	イベントとしては、南アルプスユネスコエコパーク登録10周年（6月）、日仏自治体交流会議（11月）、日本橋食堂（秋）があります。観光分野として、梅ヶ島温泉地区、丸子地区、用宗地区など、取り上げていただきたい地区がございます。
18	本業務における打ち合わせ形式や頻度の指定はありますでしょうか。また、静岡市内に拠点を置くことは必須条件になりますでしょうか。	月1回企画会議を実施してください。対面、オンラインいずれの方式でも構いません。静岡市内に拠点を置くことは必須ではありません。
19	令和5年度の業務において、メディアとの交流会実施にあたるテーマや形式、頻度をお伺いできますでしょうか。	テーマ：主に食（静岡おでん、静岡割、しずまえ鮮魚、石垣いちごなど）、首都圏の静岡グルメ居酒屋で1回実施。
20	過去に実施したプレスツアーにおいて、評価点や課題点、今年度の実施にあたり期待する点をお伺いできますでしょうか。	確実な露出獲得や、濃密な時間で取材いただけることでメディアとの関係構築できる点がメリット。各メディアのニーズを的確に捉えたツアー企画が課題。
21	本業務において、公式ホームページや広報誌、公式SNSに使用されている動画素材や画像素材をメディアに提供することは可能でしょうか。	事前確認いただければ提供可能です。
22	「交流人口の拡大」の対象は、海外も含めて良いでしょうか。	海外も含めて問題ありません。
23	上記目的を果たすための分野・テーマとして優先順位の高いものはありますか（お伺いできる方がより具体的なお提案が可能）。またはそこも含めて企画・ご提案でしょうか。	令和6年度は、SDGsを基軸とした「美食・絶景・歴史」の感動体験ができるまちのブランドイメージを構築していきたいです。
24	メディアは主に国内メディアをターゲットとしているのでしょうか？対象によりますが、外国語メディアも含めて良いでしょうか。	関係を構築するメディアは主に国内を想定していますが、国内外の制限はありません。
25	プレスツアーの回数、期間は提案者側で決めて良いのでしょうか？	仕様書にあるとおり、1回以上となります。期間は協議の上、決定させていただきます。
26	「メディアとのリレーション構築を目的とした交流会（都内等）は「時事ネタに応じた興味深いトピックをお持ちの静岡市に關係する事業者様」にご登壇・ご登場いただく必要があります。その際のご協力・連携は可能でしょうか。	関係分野の事業者の紹介・仲介などで連携可能です。
27	「プレスリリース～に関する過去の受注実績を記述すること」とありますが、1つの案件である必要がありますか？複数のクライアントの複合でも良いでしょうか？またクライアントが民間企業で問題ないでしょうか。	複合案件でも問題ありません。民間企業でも問題ありません。

28	クライアントに求めた費用も、それぞれ別のクライアントの場合それぞれの費用の概算をお伝えする形でも良いでしょうか？	別のクライアントの場合それぞれの費用の概算をご記載ください。
29	「メディアとの交流会」とは、クライアント様とメディア様がお話を持つ機会であれば、良いでしょうか？（記者会見+懇親会、記者を囲んでのお食事会、宿泊施設への試泊+歓談など）	市とメディアの関係構築という目的が達成できる機会をご提供ください。ただし、場所は首都圏を想定しておりますが、効果を伴うものであれば、協議する余地はあります。
30	プレスリリースの配信について「1,000件以上」とありますが、内容に合わせた適切なメディア選定をするにあたり、件数を下回る可能性が考えられますが、問題ございませんでしょうか。また、現在プレスリリース配信システムとして共同通信PRワイヤーを活用されているようですが、そのアカウントを使用することは可能でしょうか。	確実な記事露出に繋がる効果的な配信ができる場合は、内容によって配信予定件数を下回っていても構いません。 共同通信PRワイヤーは委託業務の中で実施しているため、市は直接アカウントを所有していません。
31	期間と内容を踏まえ、効果高めた施策を検討する場合、「メディア交流会」を「プレスツアー」に変更するなど、提示の業務内容を一部変えた形のご提案することも考えられますが、その余地はございますでしょうか。	メディア交流会の開催地は首都圏、プレスツアーの開催地は静岡市を想定していますが、効果を高める施策であれば、協議する余地はあります。
32	プレスツアー、メディア交流会の期間、招待人数などはこちらから提案する形で問題ございませんでしょうか。	実施回数が仕様書通りであれば、御社からのご提案で構いません。
33	昨年度の実施事業者と実施内容を教えてください。	昨年度の実施事業者は株式会社TMオフィスです。今年度と仕様が少し異なりますが、主な実施内容は以下のとおりです。 全国メディアに向けたプレスリリース（月2回）／首都圏メディアを招へいたプレスツアー（1回）／プロモーションツールの管理（シティプロモーションサイトの運営・SNSによる情報発信）／首都圏におけるメディア交流会（1回）／露出調査及び効果測定（広告効果額換算）
34	過去3年間で実施して良かった施策と良くなかった施策を教えてください。	日本で唯一生で味わえる「桜えび」のメディア向け初漁説明会を年2回実施し、桜えびのブランド化に繋がりました。メディアとの関係を構築するための取組が少なかつたため、今年度はメディア交流会や個別取材誘致を強化していきたいと考えています。
35	もしも前年度も同様のメディアリレーション業務委託を実施されていた場合に、静岡市側で把握されている成果数値（露出件数、広告換算額）と成果内容（露出媒体、露出内容）をご教示ください。目標設定の指針にしたい意図です。	メディア露出 2,330媒体／広告効果換算 約932,803,780円 テレビ400媒体、新聞122媒体、雑誌・WEB1808媒体、内容はプレスリリースに拠ります。
36	「首都圏のメディアを主たる対象としたプレスツアー」について、宿泊は必要条件でしょうか。また、何かすでに体験させたいお取り組みや内容がございましたら、教えていただくことは可能でしょうか。それとも体験内容も提案に含まれますでしょうか。	宿泊は必要条件ではありません（参考：令和5年度は1泊2日・1回実施）。 体験内容も提案に含まれますが、令和6年度は、SDGsを基軸とした「美食・絶景・歴史」の感動体験ができるまちのブランドイメージを構築していきたいです。

37	「メディアとの交流会の実施」について、「静岡県アンテナショップ「ふじのくにおいしい処『おいしず』」」の活用は可能でしょうか。	静岡県の施設となりますので、静岡県へお問い合わせください。
38	定期的な打ち合わせ（月1回以上）は、オンラインの開催も含めてよろしいでしょうか。含めて良い場合、zoomなどツールの指定はありますか。	オンラインの開催も可能です。Zoomが利用しやすい環境です。
39	審査員の方々のお立場を可能であればお聞かせください。お立場に合わせて企画提案の情報量や補足度合いを検討したい意図です。	当業務を達成するため、観光部署、経済部署などの市職員が審査します。
40	過去のお取り組みの中で成功事例と認識されている事例があれば、理由と併せてお聞かせ願えると幸いです。	No.34で回答したとおり桜えびのブランド化です。静岡市オンリーワンの資源として春漁・秋漁の際は多くのメディアに取り上げていただいています。
41	静岡県観光協会に類する団体やその会員に協力を仰ぐような企画が、内容次第では現実的に検討可能かお聞かせください。	静岡市の関係団体であれば打診は可能ですが、実際の調整をお願いします。