

令和2年度「住むなら埼玉」移住総合支援事業業務委託に係る企画提案競技に関する質問への回答

番号	質問項目	質問内容	回答
1	参加資格 実施要領 5(7)	「当該案件と規模をほぼ同じくする官公庁等が実施したプロモーション関係業務の実績を有するもの」とあるが、同規模のプロモーション実績がありながら、審査の判断によっては参加資格がないということがあるのか。	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 実施要領5参加資格(7)の前段の要件「平成31・32年度埼玉県物品等競争入札参加資格者名簿登録に、業種区分が「催物、映画及び広告の企画・製作並びにその他役務」のA又はB等級として格付けされた者のうち、営業品目(小分類)が「広告代理業務」に登録された者」に当てはまらない場合は、御質問の条件が必要になります。</li> <li>・ 官公庁等とは、国及び地方公共団体(県、市町村、一部事務組合等)を言います。</li> <li>・ プロモーション実績とは、移住プロモーションに限らず、国及び地方公共団体のプロモーションの受託実績を言います。</li> <li>・ 規模をほぼ同じくするとは、概ね5参加資格4に示した予算額を参考に判断します。</li> <li>・ これらの条件をもとに審査しますので、条件に当てはまらない場合は、参加資格がないことになります。</li> </ul>
2	企画提案書を説明するDVD 実施要領 7(4)ウ(ア) b	企画提案書を説明するDVDの、説明者人数、カメラワーク、画像・映像差し込みなどの制限はあるか。	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 説明者人数、カメラワーク、画像・映像差し込みなどの制限は特にありません。</li> <li>・ あくまで、企画提案書を説明するプレゼンテーション映像ですので、わかりやすい説明をお願いします。</li> <li>・ 制限時間15分の厳守をお願いします。</li> </ul>
3	委託事業の目的 仕様書2	「圏央道以北の地域を中心に発信」とありますが、地域のエリア分けなどの考え方はあるか。 また、特に注力したい市町村はあるか。	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 「圏央道以北の地域を中心に」とは、埼玉県内でも人口が減少している市町村が圏央道以北に多く存在するために用いたもので、エリア分けはありません。</li> <li>・ 特に注力したい特定の市町村はありませんが、通勤も可能かつ住環境が良い、テレワークに適した地域である埼玉県のメリットを踏まえた御提案をお願いします。</li> </ul>
4	動画の作成 仕様書 5(3)イ(ア)	埼玉県内のロケーション(観光地、交通機関)の協力の相談は可能か。 フィルムコミッションによる撮影支援の紹介は可能か。	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ ロケーションについては可能な限り御紹介しますが、必ずできる保証はありません。撮影に関する交渉は受託者が行ってください。</li> <li>・ フィルムコミッションも可能な限り御紹介しますが、必ずできる保証はありません。</li> </ul>

令和2年度「住むなら埼玉」移住総合支援事業業務委託に係る企画提案競技に関する質問への回答

番号	質問項目	質問内容	回答
5	<p>ターゲット広告の遷移先(リンク先)について</p> <p>仕様書 5(3)イ(ア)</p>	<p>ターゲット広告5万回以上のクリックを求めているが、その遷移先(リンク先)は県移住ホームページ(「住むなら埼玉!」移住・定住情報 <a href="http://www.pref.saitama.lg.jp/a0106/sumunarasaitama/">http://www.pref.saitama.lg.jp/a0106/sumunarasaitama/</a>)や指定があるのか。</p> <p>指定がなく新たに独自ドメインでのキャンペーンページの製作は可能か。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ ターゲティング広告の遷移先は、作成された二つの動画を第一候補としています。</li> <li>・ 動画閲覧後に第二の遷移先を設ける場合、既存の県ホームページのほか、新たなキャンペーンページ等の製作も提案可能です。</li> <li>・ 独自ドメインによる新たなキャンペーンページ等の製作を提案される際は、委託終了後の当該ページ等の扱い(閉鎖か引継ぎか等)についても提案内容に含んでください。</li> </ul>
6	<p>アンケートなどのフォローアップについて</p> <p>仕様書 5(2)エ</p>	<p>アンケートの実施については、誰に何を聞きたいのか(調査したいのか)、具体的なイメージがあれば教えてほしい。(例:埼玉移住のPRの認知度を測りたい、移住検討者の志向が知りたい など)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ アンケートは、事業効果を測るものとして、実施をお願いします。</li> <li>・ 動画を閲覧した方の反応や、ミニ動画研修会の出席者の満足度などを想定しています。</li> <li>・ これら以外にも、PRの認知度や移住検討者の志向などがわかるアンケートが可能であれば、御提案ください。</li> </ul>
7	<p>プロモーション動画について</p> <p>仕様書 5(3)イ(ア)</p>	<p>「ウェブ(SNS)媒体は、2媒体以上とし、…」とあるが、具体的にイメージしている媒体があれば教えてほしい。</p> <p>また、製作する動画は、一つあたり1媒体なのか、もしくは制作動画一つあたり2媒体以上での展開が必要となるのか、どちらか。「2媒体以上とし」の位置づけを詳しく教えてほしい。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ ウェブ(SNS)媒体は、公式アカウントでも使用しているインスタグラム、フェイスブック、ツイッターなどを想定していますが、これら以外でも効果的な広報効果が見込まれる媒体があれば、御提案ください。</li> <li>・ 動画の作成数(2本以上)とウェブ(SNS)媒体の数(2媒体以上)は、リンクさせていません。1動画1ウェブ(SNS)媒体ではなく、例えば2本の動画を(ターゲットを必要に応じ変えて)同一ウェブ(SNS)媒体に展開することも想定しています。最も広報効果が上がると思われる組み合わせを御提案ください。</li> </ul>

令和2年度「住むなら埼玉」移住総合支援事業業務委託に係る企画提案競技に関する質問への回答

番号	質問項目	質問内容	回答
8	ターゲット広告について 仕様書 5(3)イ(ア)	<p>ターゲット広告を行う目的は、制作した動画の認知度を上げる(より多くの人に見てもらふ)ための広告という認識でよいか。</p> <p>その場合、ターゲット広告の成果として「5万回以上のクリック又はタップが見込まれる方法によること」とあるが、これは動画の再生回数に置き換えることは可能か。</p> <p>どこかのサイトに対して誘導するクリック広告と、動画などとの閲覧数(表示回数)を増やすためのPR広告では、評価指標が異なるため、具体的なイメージを教えてください。</p> <p>また、ターゲット広告を行う上で、広告出稿先やターゲットについて、具体的なイメージがあれば教えてください。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ターゲット広告の目的は、「移住を考えたことはなかったが、埼玉での生活に親和性がある(自然、子育て、テレワーク、自己実現などがキーワード)都市生活者に、埼玉への移住を考え始めてもらうことです。</li> <li>「5万回以上のクリック又はタップ」は、ターゲットに対して多くの動画閲覧機会を与える方法の御提案をお願いしているものです。「動画の再生回数に置き換えること」については、クリック又はタップをせずとも、上記の動画閲覧機会が確実に与えられるのであれば、置き換えが可能です。御提案の中で置き換える理由、効果を御説明下さい。</li> <li>ターゲット広告のターゲットは、「(潜在的)移住対象者」と考えています。例えば、「移住を考えたこともなくテレワークをしていたが、動画広告を見たところ埼玉への移住を考え始めた」などを本事業の理想像としています。出稿先については御提案ください。</li> </ul>
9	ターゲット広告の遷移先(リンク先)について 仕様書 5(3)イ(ア)	<p>ターゲット広告5万回以上のクリックを求めているが、その遷移先(リンク先)は県移住ホームページ(「住むなら埼玉!」移住・定住情報 <a href="http://www.pref.saitama.lg.jp/a0106/sumunarasaitama/">http://www.pref.saitama.lg.jp/a0106/sumunarasaitama/</a>)や指定があるのか。</p> <p>指定がなく新たに独自ドメインでのキャンペーンページの製作は可能か。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ターゲット広告の遷移先は、作成された二つの動画を第一候補としています。</li> <li>動画閲覧後に第二の遷移先を設ける場合、既存の県ホームページのほか、新たなキャンペーンページ等の製作も提案可能です。</li> <li>独自ドメインによる新たなキャンペーンページ等の製作を提案される際は、委託終了後の当該ページ等の扱い(閉鎖か引継ぎか等)についても提案内容に含んでください。</li> </ul>
10	研修会について 仕様書 5(4)イ(ア)	<p>研修会は、現時点ではオフラインでの開催(埼玉県内の各所)を想定しているのか。</p> <p>3密回避のため、研修会をオンラインで開催することも提案は可能か。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ミニ動画研修会は、秩父地域や比企地域など、発信協力者となる見込みの方が多くいる地域で、実地(オフライン)に開催することを想定しています。</li> <li>新型コロナウイルス感染拡大状況等により、実地開催が困難な場合は、オンラインによる開催も想定しています。</li> <li>実地開催が可能な場合でもオンラインによる研修会の開催を提案する場合は、実地に勝るメリット等の御説明をお願いします。</li> </ul>

令和2年度「住むなら埼玉」移住総合支援事業業務委託に係る企画提案競技に関する質問への回答

番号	質問項目	質問内容	回答						
11	モデルミニ動画について 仕様書 5(4)イ(ア)	事前に制作した動画を投稿するだけでなく、現地からライブ配信をしながら現地を紹介するような動画配信も提案は可能か。	<ul style="list-style-type: none"> <li>モデルミニ動画は、研修時のモデルとなるだけでなく、発信協力者が投稿を始めるまでの間の「つなぎ」として投稿することも想定しています。</li> <li>ライブ配信による動画も、上記の「つなぎ投稿」と同じ効果が得られるのであれば、提案は可能です。</li> <li>なお、発信協力者が発信する動画では、ライブ配信をメインとする予定はありません。</li> </ul>						
12	発信協力者について 仕様書 5(4)イ(ア)	<p>発信協力者は、それぞれ何名程度を想定しているのか。 (市町村移住相談員〇名、地域おこし協力隊〇名、その他〇名)</p> <p>発信協力者は研修後、(自走していくと思われませんが、)業務期間中に何本くらいの動画を展開していく想定か。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>発信協力者は各地町村の話題やPRなどを発信していただく予定です。このため、移住相談員や地域おこし協力隊がいる市町村1名以上の御協力をいただく想定となっております。</li> <li>移住専門窓口のある市町村は6市町、地域おこし協力隊は9市町村で活躍しています。</li> <li>このほか、先輩移住者などの関係者による発信をしたいと考えていますが人数は数人程度を想定しています。</li> <li>各SNS媒体ごと、発信協力者全員の分担で、週に1～2回の投稿を考えています。</li> </ul>						
13	SNSフォロワー獲得について 仕様書 5(4)イ(イ)	フォロワー獲得の手段としてプレゼントキャンペーンを行うことは可能か。	<ul style="list-style-type: none"> <li>昨年度事業の中で、フォトコンテストを開催し、景品を提供した例があります。</li> <li>フォロワー獲得のため効果的であり、適正な費用と認められれば、プレゼントキャンペーンの実施は可能です。</li> <li>内容については、審査で判断します。</li> </ul>						
14	SNSフォロワー増加数について 仕様書 5(4)イ(イ)	<p>過去キャンペーンでの各SNSのフォロワー増加数はどのくらいか。</p> <p>各SNSが、どのタイミング、施策においてフォロワーを獲得していったのかの経緯、獲得数推移等を教えてほしい</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>令和元年8月から立ち上げた公式SNSのフォロワー数は以下のとおりです(令和2年3月現在)。</li> </ul> <table border="0"> <tr> <td>① インスタグラム</td> <td>1,318</td> </tr> <tr> <td>② フェイスブック</td> <td>229</td> </tr> <tr> <td>③ ツイッター</td> <td>210</td> </tr> </table> <ul style="list-style-type: none"> <li>これらのうち、インスタグラムでは10月下旬よりフォトコンテストの開催に伴う広告運用を行い、フォロワーを獲得しました。</li> </ul>	① インスタグラム	1,318	② フェイスブック	229	③ ツイッター	210
① インスタグラム	1,318								
② フェイスブック	229								
③ ツイッター	210								

令和2年度「住むなら埼玉」移住総合支援事業業務委託に係る企画提案競技に関する質問への回答

番号	質問項目	質問内容	回答
15	発信協力者の選定について 仕様書 5(4)イ(ウ)	発信協力者の選定は「あらかじめ委託者と協議」とありますが、候補者は県や各自治体からの推薦、紹介があった上での選定協議となるのか。	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 発信協力者のうち、市町村移住相談員と地域おこし協力隊については、県から市町村に協力依頼を行い、受託者と協議して選定する予定です。</li> <li>・ 先輩移住者等関係者については、受託者と協議の上、県からの協力依頼が必要な場合は、依頼を行う予定です。</li> </ul>
16	第三者への委託について 仕様書 7(1)	より良い提案をするため、別企業との連携を提案する予定だが、事前に業務実施体制調書(様式第4号)、会社事業概要書(様式第7号)などの提出書類は別途提出する必要があるか。	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 連携が、共同提案の意味であれば、企画提案自体は1者でお願いします。契約締結についても1者との間で行うこととなります。</li> <li>・ 連携が、再委託の意味であれば、原則として再委託は認めません。ただし、そのような業務体制で実施した方が、より魅力的かつ効果的なプロモーションを実施できるのであれば、再委託の形で提案いただいても構いません。</li> <li>・ なお、その際は当該業務体制が本当に効果的なものか、再委託先にすべての業務を任せてしまっていないかなどの観点も含めて、企画提案の審査の段階で内容を確認します。</li> <li>・ 別企業について、業務実施体制調書(様式第4号)、会社事業概要書(様式第7号)などの提出の必要はありませんが、企画提案書には、そのような業務体制をとる目的や効果、具体的な役割分担がよく分かるように記載をお願いします。</li> </ul>
17	新型コロナウイルス感染拡大について (その他)	新型コロナウイルス情勢が悪化した際に、取材・撮影など現地への来訪が困難となった場合、提案内容を調整することは可能か。	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 緊急事態宣言などが発令され、外出が困難になった際には、協議の上、業務内容を見直す可能性があります。</li> <li>・ ただし、契約時において、予見可能であった内容の見直しは不可能となることがあります。</li> </ul>
18	同事業の過去受託者について (その他)	令和元年度「住むなら埼玉」移住総合支援事業の受託者を教えてください。	株式会社第一プログレス (東京都千代田区有楽町2-10-1 東京交通会館ビル9階) です。

令和2年度「住むなら埼玉」移住総合支援事業業務委託に係る企画提案競技に関する質問への回答

番号	質問項目	質問内容	回答
19	昨年度の状況について (その他)	昨年度事業のアンケート結果を提供してほしい	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 令和元年10月19日に実施した、秩父鉄道SLパレオエクスプレス号の応募者のアンケートです(一部抜粋、n=188)。なお、応募できた方は、埼玉県外に住む、小学生以下の子ども連れの家族です。</li> <li>■ 移住への関心や現在の暮らしについて</li> <li>・ 応募理由のうち、回答者188名中64名(34%)が埼玉県への移住に関心があると回答。</li> <li>・ また、場所を問わず移住に前向きな回答をしている方は全体の66%を占めた。</li> <li>・ 今後の理想の暮らしかたとして「自然に囲まれた環境で子育てしたい」と回答した人は188名中117名(62%)と最も多く、ついで「都心に通いながら自然の近くで暮らしたい」と回答した人が188名中108名(57%)であった。</li> <li>・ 住む場所を選ぶ上で重視することは「子育て・教育環境」が118名中111名(59%)と最も多く、そのほか「通勤しやすい」40%、「住宅環境の良さ」47%、「交通・買い物などの利便性」41%が上位を占めた。</li> <li>・ 一方、子育て環境を選ぶ上で重視することは「自然環境が豊かな場所であること」が188名中104名(55%)、「行政の子育て支援が充実していること」95名(51%)、「生活環境(スーパーや病院など)が整っていること」103名(55%)と半数を占めている。</li> </ul>