

『暖暖松山』 魅力発信事業 業務委託  
プロポーザルに関する質問回答

No.	質問	回答
1	1. 基本コンセプト ア. メインターゲットは10代～30代の女性とする。 とありますが、属性は【旅行者（県外在住）】と考えてよろしいでしょうか。	属性は【旅行者（県外在住）】だけでなく、市外在住と市内在住者も対象です。市外在住者へは旅行目的だけでなく、松山市を認知し魅力を発信することで都市イメージが向上することを目指し、市内在住者へは松山市への愛着や誇りの向上につながることを目的としています。
2	昨年度までの設置部数と設置場所及び設置の期間（サイクル）を教えてくださいませんか	直近の25号は75,000部発行し、県外では関東・関西圏のオフィス（完成後順次配布）や都営地下鉄構内（完成後約2ヵ月間設置）など配布し、市内ではレンタカー会社や宿泊施設などに配布しました。
3	印刷部数27,500部に対して、東京設置が7,500部とありますが、残り20,000部の使い方を教えてください。	20,000部のうち10,000部は松山市に納品してください。残りの10,000部の取り扱いは、仕様書の通り「配布に関する定期的なメンテナンスについては、委託者と受託者の双方で協議する」を想定していますが、事業目的の達成のため有効であれば、「独自提案」としてご提案ください。
4	フィード・リール投稿を週1回以上、ストーリーズ投稿を1日1回以上行うものとし・・・とありますが、契約期間中ずっとでしょうか？	契約期間中は仕様書の頻度を想定しています。土日祝日・長期休暇など営業日外にも事前に準備を行い、配信をお願いしたいと考えています。 ストーリーズの投稿内容については、毎日の投稿内容を事前に確認する必要はありませんが、内容によっては委託者と受託者の双方で協議するといった運用を想定しています。
5	①の投稿回数について、ストーリーズを1日1回以上とありますが、土日祝日、長期休暇を除く営業日のみ投稿という認識でよろしかったでしょうか。また、ストーリーズの投稿内容については松山市様の事前の確認は必要でしょうか。	事前に確認する必要はありませんが、内容によっては委託者と受託者の双方で協議するといった運用を想定しています。
6	発行部数27500部のうち、7500部は首都圏の地下鉄ラック、10000部は松山市様への納品となっていますが、残りの10000部はどちらへの配布を想定されていますか。	3の回答の通りです。