

**メディア戦略事業業務委託  
プロポーザルに関する質問回答**

No.	質問	回答																																
1	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。	<p>初めてではありません。昨年度の事業者や仕様書等は松山市ホームページで見ることができますので、ご確認ください。  <a href="https://www.city.matsuyama.ehime.jp/shisei/denshinyusatsu/gyoumitaku/info/r5itaku/mediaR5.html">https://www.city.matsuyama.ehime.jp/shisei/denshinyusatsu/gyoumitaku/info/r5itaku/mediaR5.html</a></p> <p>昨年度の主な取組は、メディア等の取材誘致（例：昼めし旅等）や、本市の実施する事業などのリリース配信（共同 PR ワイヤー等での配信）のほか、東京都内で首都圏の報道関係者への「ミニレクチャー会」の開催です。</p>																																
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。	メディアから「地元の話題」の情報を求めている傾向が高いため、日頃から市内の最新情報の収集が必要と考えています。																																
3	プレゼンテーションはオンラインでの参加は可能でしょうか。	可能です。ただし、原則は現地会場に出席してください。その他の詳細は改めてご連絡します。																																
4	これまでの成果指標と各年の広告換算額実績と主な露出実績をご教示ください。	<p>過去3年間は以下のとおりです。R5年度は集計中です。</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>年度</th> <th>成果指標 (億円)</th> <th>広告換算 額(億円)</th> <th>新聞 (件)</th> <th>雑誌 (件)</th> <th>TV (件)</th> <th>WEB (件)</th> <th>合計 (件)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>R2</td> <td>10</td> <td>31.7</td> <td>103</td> <td>5</td> <td>5</td> <td>250</td> <td>363</td> </tr> <tr> <td>R3</td> <td>10</td> <td>13.1</td> <td>55</td> <td>1</td> <td>9</td> <td>662</td> <td>727</td> </tr> <tr> <td>R4</td> <td>10</td> <td>51.8</td> <td>80</td> <td>3</td> <td>16</td> <td>848</td> <td>947</td> </tr> </tbody> </table>	年度	成果指標 (億円)	広告換算 額(億円)	新聞 (件)	雑誌 (件)	TV (件)	WEB (件)	合計 (件)	R2	10	31.7	103	5	5	250	363	R3	10	13.1	55	1	9	662	727	R4	10	51.8	80	3	16	848	947
年度	成果指標 (億円)	広告換算 額(億円)	新聞 (件)	雑誌 (件)	TV (件)	WEB (件)	合計 (件)																											
R2	10	31.7	103	5	5	250	363																											
R3	10	13.1	55	1	9	662	727																											
R4	10	51.8	80	3	16	848	947																											
5	貴市が定める重点 PR 項目をご教示ください。	<p>今年度は、保存修理工事中の道後温泉本館が令和6年7月11日に全館営業再開する予定のため、回復の兆しを見せる観光需要の高まりを契機として、更なる PR につなげたいと考えています。</p> <p>また、現在「第2期松山市都市ブランド戦略」の策定を進めており、ブランドメッセージやロゴマーク等の発表時のタイミング等を活用して、本戦略を効果的に PR したいと考えています。</p>																																
6	昨年度実績について、メディア露出の実績をお教え下さい。媒体名、掲載放送日、内容、尺・スペース、広告換算額などまだ集計がお済でなければ、わかる範囲でお教え下さい。	現在集計中です。																																
7	昨年度実績について、SNS インフルエンサーの露出実績をお教え下さい。	SNS インフルエンサーへの個別取材誘致活動は今年度新たに実施する内容のため、昨年度の実績はありません。																																
8	昨年度実績について、取材誘致は何度ありましたでしょうか？	<p>現在集計中ですが、取材誘致はありました。</p> <p>例) フジテレビ系列の「めざましどようび」、テレビ東京系列の「昼めし旅」など</p>																																

9	昨年度実績について、現場立会いは何度ありましたでしょうか？	現在集計中ですが、取材誘致時に現場立会いはありました。
10	昨年度実績について、取材誘致、現場立会いの有無、媒体名、取材日、取材内容についてお教えてください。	8、9のとおりです。
11	昨年度、首都圏メディア向けのPRイベントの実績について、回数、時期、場所、内容、誘致メディア、出席メディア、メディア露出、使用した予算などにつきまして、わかる範囲でお教え下さい	東京都内で12月に、首都圏のメディア関係者向けに「ミニレクチャー会」を開催しました。18社にご参加いただきました。
12	昨年度、パブリシティ強化のための庁内体制への助言及び勉強会の開催について、回数、時期、場所、講師、内容などわかる範囲でお教えてください。	令和5年10月27日に1回、市の施設で開催しました。講師は、共同PRのシニアアドバイザーの方で、広報活動の重要性等についてご講義いただきました。
13	メディアへのダイレクトアプローチ（随時）について、コロナ禍を経て、オンラインが主流となりつつあります。直接訪問ではなくてもよろしいでしょうか？	基本的に直接訪問を想定していますが、露出を獲得するための考え方を示していただければ、オンライン等の直接訪問以外の方法でも構いません。
14	効果測定について広告換算の算出基準の根拠をお教え下さい。PR会社によっては、広告よりも記事や番組の方が注目率が高いため3倍するところもあります。またインターネットの広告換算は、会社によってかなり変化があります。算出基準となるものをお教え下さい。	広告換算額は、広告料金等をもとに算出していますが、詳細は受託後協議の上決定します。
15	定期的な打ち合わせ（業務報告会）について、業務効率化のため、業務報告会はリアルではなくオンラインでも可能でしょうか。	可能です。
16	成果指標について、昨年度の成果は広告換算で何億何万円だったのでしょうか。 テレビ、ラジオ、新聞、雑誌、インターネット、その他など媒体種ごとにお教え下さい。	4のとおりです。

	<p>まだ集計が終わってないようでしたら、わかる範囲でお教え下さい。</p>	
17	<p>翌月に提出する月次報告の期限は、翌月の何日まででしょうか？</p>	<p>具体的な期限は設けていませんが、事業を円滑に進めるためにも、速やかな提出を求めます。</p>
18	<p>提出書類について、企画提案書は A4 サイズとなっておりますが、エクセルの細かい表等の場合、一部 A3 サイズを折りこむことは、可能でしょうか。 縦横の指定はありますでしょうか。</p>	<p>A4 サイズとしてください。また、縦横の指定はありません。</p>
19	<p>プレゼンテーション・ヒアリング審査の実施について、プロジェクターで投影する企画書は、企画提案書の内容が変更なし、追加提案なしの上、簡略されたものでも大丈夫でしょうか？</p>	<p>ヒアリング審査で配布する企画提案書の内容を簡略化して、プロジェクターに投影することは問題ありません。ただし、企画提案書の内容以上のことを投影することは認められません。</p>
20	<p>露出獲得に向け、注力となる首都圏メディアとメディアキャラクターバンを実施する場合、 松山市役所の担当者様にご同行いただくことは可能でしょうか。 なお、ご同行が可能な場合、貴所ご担当者様の移動費（愛媛-東京間）等の負担は別途のご用意は可能でしょうか。 また、松山市東京事務所の方にもご協力していただくことなどは可能でしょうか。</p>	<p>本市職員の同行並びに東京事務所の協力は、予算の範囲内で内容に応じて検討させていただきます。なお、同行する場合は、移動費は別途用意します。</p>
21	<p>案件仕様書には、「全国の人が視聴するメディアで松山市に関する情報の露出を獲得する。」との記載がございますが、「都市ブランド戦略プラン」のブランディングに関する考え方の中では、市内住民や周辺エリアなどにもフォーカスを当てられているかと存じます。 前述を踏まえまして、本事業の中での最重要ターゲットメ</p>	<p>大都市圏向けをターゲットとしていますが、その他のエリアを制限するものではありません。</p>

	ディアは、大都市圏向けのメディアと認識していますが、県内や四国エリアのメディアは、アプローチ対象には入らないという認識でお間違いないでしょうか。	
22	案件仕様書に関して重点 PR 項目の例に関する記載がございいますが、現時点で定まっている具体的な事項はございますでしょうか。	5 のとおりです。
23	「パブリシティ強化のための庁内体制への助言及び勉強会の開催」は、オフライン（松山市役所会議室など）での開催でしょうか。オンラインも可能でしょうか。	可能です。効果的な方法でのご提案をお待ちしています。
24	メディアからの取材やイベントなどに野志市長にご対応をいただくことは可能でしょうか。 また可能な場合、実施の何日前までにご依頼すればよろしいでしょうか。	内容に応じて検討させていただきます。
25	「本市が定める重点 PR 項目」につきまして、仕様書内で提示されている例以外に現状想定されている項目はございますか？	5 のとおりです。
26	「首都圏メディア向け PR イベントなど」につきましては、提案限度価格に記載の予算内で行うという認識でよろしいでしょうか？	お見込みの通りです。
27	昨年度の成果とお考えの事項をご教示ください。	1 のとおり、昨年度は主に、メディア等の取材誘致（例：昼めし旅等）や、本市の実施する事業などのリリース配信（共同 PR ワイヤー等での配信）のほか、東京都内で首都圏の報道関係者に「ミニレクチャー会」を開催しました。松山市への取材先としての認知・理解が深まったと感じています。
28	昨年度の課題とお考えの事項もご教示ください。	2 のとおりです。

29	今年度最も力を入れたいテーマ、もしくはスポットや事項をご教示ください。	5のとおりです。
30	「SNS インフルエンサーへの個別取材誘致活動」が本年記載されている背景をご教示ください。	SNS の普及を背景として、情報の拡散を期待しています。