

「幸せになろう。」Instagram運用業務委託  
プロポーザルに関する質問回答

No.	質問	回答
1	メインターゲットについて。Instagramで市の内外に魅力を発信する上で、年齢層・属性などメインとして考えられているターゲットはありますか？（特に、この辺の年齢層・属性に届けたいなどあれば）	世代を問わず、松山市民や松山市に興味がある人がターゲットですが、Instagramのユーザー層は10代から30代の若年層・成人層が多く、本市において若年層は他の世代と比較して転出割合が高いことから、若年層を意識して発信したいと考えています。
2	本事業において想定されている主なターゲット層（年齢層・性別・居住地・ライフスタイル等）がございましたらご教示ください。	1のとおりです。
3	市の内外に松山市の魅力を発信することで、松山市の認知度の拡大や理解の促進につなげることが目的とありますがフォロワーまたはPV属性として求めるのは「松山市民」「松山市民以外」どちらがメインとなりますか。 上記に連動して情報発信の結果として「松山市を好きな市民が増える」「松山市への観光客が増える」「松山市に移住する(検討する)人が増える」のどの数値が増えることが最も望ましいですか。	1のとおりです。 また、「第2期松山市都市ブランド戦略」で設定している「まつやま幸せ指標」の達成が将来目標になります。
4	現在運用されている松山市公式SNS（Instagramを含む）との役割分担や差別化の方針がございましたらご教示ください。	仕様書のとおり、幸せな気持ちを共有できるアカウントとして運用し、「幸せといえば松山」と感じられる雰囲気を出したいと考えています。
5	本業務において重視される成果指標（KPI・KGI）がございましたらご教示ください。	令和8年度中にフォロワー1,000人を目標としています。 また、「第2期松山市都市ブランド戦略」で設定している「まつやま幸せ指標」の達成が将来目標になります。
6	「幸せになろう。」というコンセプトに関して、発信上重視すべき価値観や方向性、また避けるべき表現等がございましたらご教示ください。	仕様書のとおり、「第2期松山市都市ブランド戦略」や「松山市ブランディングサイト」に合ったトーン&マナーに整えてください。
7	「第2期松山市都市ブランド戦略」における本アカウントの位置付けや、特に重視されている点がございましたらご教示ください。	「第2期松山市都市ブランド戦略」で設定している「まつやま幸せ指標」の達成のための手段の一つです。

8	<p>Instagram広告の実施にあたり、広告費の取り扱い（委託費内での実施か別途予算か）と想定されている規模感がございましたらご教示ください。</p>	<p>Instagram広告は本業務委託内での実施です。そのため、提案限度価格内での提案をお願いします。</p>
9	<p>投稿数について。月間フィード投稿3投稿、リール投稿2投稿とありますが、フィード投稿とリール投稿の配分の変更は可能でしょうか。例えば、フィード投稿1投稿、リール投稿4投稿など合計投稿数はあえばいいですか？</p>	<p>仕様書に沿った投稿回数が基本です。ただし、仕様書にあるフィード投稿とリール投稿の配分を変更した方がたくさんの人に見てもらえ、アカウントの運用が上手くいくようであれば、仕様の変更をしたほうがいい理由を提案書内で示したうえで、投稿内容と投稿頻度をご提案ください。その場合、合計投稿数は仕様書の合計以上としてください。</p>
10	<p>リール投稿について。本市が撮影した素材を編集とありますが、どのような動画素材をお持ちか事前にお教えいただくことは可能でしょうか。また、お持ちの素材とは別に、撮影にお伺いし、その素材を使用することは可能でしょうか。</p>	<p>提案内容を踏まえ、今後本市が撮影する予定のため、現時点で持っている素材はありません。 提案限度額内で撮影していただけるのであれば、その素材を使用させていただいて問題ありません。</p>
11	<p>「第2期松山市都市ブランド戦略」に基づく、以外の現状想定されているガイドラインはありますか。 外部インフルエンサーの起用可否 市職員の出演可否 特定の店舗・商品の紹介 NG など</p>	<p>現時点ではありません。</p>
12	<p>〔2〕目的について。市の認知拡大や理解の促進の後、具体的にどのような行動に繋がりたいというイメージはありますか（観光、移住、地元愛醸成など）</p>	<p>「第2期松山市都市ブランド戦略」で設定している「まつやま幸せ指標」の達成が将来目標になります。</p>
13	<p>〔5〕業務内容1. Instagramの開設・運用（2）Instagramアカウントの運用について。 受託者はあくまでも投稿に必要な制作物（画像加工、動画編集、フレーム・原稿作成）作成を行い、投稿自体は松山市さまの方で行われるという認識でよろしいでしょうか。</p>	<p>〔5〕1.（2）Instagramの運用で記載している①フィード投稿、②リール投稿は受託者が投稿します。なお、〔5〕1.（3）のストーリーズは、受託者がフレームを制作し、市が投稿する想定です。</p>
14	<p>〔5〕業務内容1. Instagramの開設・運用（2）Instagramアカウントの運用について。 市が撮影した素材を使用するとありますが、具体的にはどのような内容の動画を想定されておりますでしょうか。現時点で想定されているものがあ</p>	<p>撮影は市が実施することとしていますが、撮影対象や構成、編集の方向性などの内容は、提案を踏まえ協議のうえ決定したいと考えています。</p>

	れば教えてください。(例:「松山幸せ100」エピソードの紹介動画、松山市のスポットを数件紹介する動画など)	
15	〔5〕業務内容1.インスタグラムの開設・運用 (4) インスタグラム広告について。 フォロワー及びフォトコンテストのターゲットについて、エリア、属性等のイメージとそれらターゲットの優先度を教えてください。	1のとおりです。
16	〔5〕業務内容1.インスタグラムの開設・運用 (4) インスタグラム広告について。 フォロワー及びフォトコンテスト参加者の数値目標について教えてください。	令和8年度中にフォロワー1,000人を目標としています。 また、フォトコンテスト参加者の数値目標は現時点で設定していません。 これらについては、広告手法と合わせて、実現可能かつ効果的と考えられる目標とその根拠をお示しください。
17	〔5〕業務内容2.フォトコンテスト実施に伴う支援について。 当事業内で専用LPの作成は不要という認識でよろしいでしょうか。	お見込みのとおりです。
18	〔5〕業務内容2.フォトコンテスト実施に伴う支援 (2) 実績の集計について。 集計後の当選者選定の流れについて教えてください(作品選考またはランダム抽選)。	当選者の選定方法は現時点では未定です。フォトコンテストの目的や参加を促す効果などを踏まえ、適切と考えられる選定方法と理由をご提案ください。