

メディアリレーション等業務委託 説明会時の補足説明事項及び質疑応答について

1 補足説明事項

企画提案仕様書について

4 委託業務内容について

- 「(1) テレビ番組等へのパブリシティ活動等」について

季節ごとに楽しめるお出かけスポットや旬の農林水産物のほか、居住地としての千葉県の魅力や三方を海に囲まれた千葉県だからこそその豊かな自然などを取り上げていただきたいと考えています。

また、放送局については、できるだけ多くの局で取り上げていただきたいと考えていますが、最低でもテレビキー局の地上波で24番組以上の露出を獲得してください。

- 「(3) メディア発信活動の助言について」

この業務は、(5) 業務実施計画に記載している毎月の定例会の中でお願いしたいと考えています。

「本県が進めているプロモーション活動全般」には、当課以外の部署が行うプロモーション活動も含まれます。

例えば、県が行う観光地への誘客を図るキャンペーンや県産農林水産物の販売促進イベントの周知方法、また、新たな商品を売り出していくためにはどういった手法をとるとメディアに取り上げられやすいかなど、適宜アドバイスいただきたいと思います。

企画提案募集要項について

9 応募書類について

- 「様式第1号 企画提案書」について

会社名や代表者名を記載し、1部提出していただきます。押印不要です。
様式第2号以降は各6部ずつ提出してください。

- 「様式第4号 業務に要する経費見積書」について

積算内訳については、全ての経費について、項目別に詳細に記載してください。押印不要です。

- 「様式第6号 業務実施体制」について

責任者、主任、スタッフなど人数が把握できるよう記載してください。

2 質疑応答

■企画提案仕様書「4 委託業務内容」について

Q 1 : 「プレイス・ブランディング」について、どのように認識しているか。

A 1 : 地域や場所そのものを対象としたブランディングと捉えています。

Q 2 : この事業をマーケティングツールとして学びに使い、これまでに発見した価値を言語化すると、どういったものになるか。

A 2 : 千葉県の魅力としては、首都圏にありながら豊かな自然があることや、農林水産物・観光スポットが豊富なこと、地域ごとに固有の歴史と文化があることだと考えています。

Q 3 : 動画を使ったプロモーションに力を入れていると思うが、メディアにとっては使いづらいものなのではないかと思う。利用状況について、どのように評価しているか。

A 3 : 昨年度は銚子漁港の水揚げの様子を収めた動画を作成し、年度末に公開しました。メディアからは映像の使用について複数の問合せがあり、数件のキー局番組で使用されています。

Q 4 : 「アットプレス」で過去のリリースのアーカイブを公開していると思うが、「PR TIMES」などのプラットフォームもある中で、「アットプレス」での配信を続けているのは、委託事業者からの提案を踏まえた判断か。

A 4 : 基本的には委託事業者からの提案を踏まえて「アットプレス」を利用しています。別のプラットフォームの利用をご提案いただくことは構いませんが、これまで積み上げてきた分もあるので、その場合は、協議した上での判断となります。

Q 5 : 今年度、一番印象に残った露出は何か。

A 5 : 具体的な番組名はお答えできませんが、旅系番組や紀行系番組、県産食材を使った料理番組、情報番組、県内各地域の魅力を紹介するような番組については手ごたえを感じています。

Q 6 : 今年度の事業実施にあたって一番力を入れた地域と、来年度力を入れたい地域があれば、教えてほしい。

A 6 : 番組によって取り上げられやすい地域が異なってくると思われますので、業務全体としては、特定の地域に絞らない形で考えています。番組とのマッチングを行いながら、こういった切り口でどのように紹介すれば、より効果的な露出になるのかという点を検討しながら、ご提案していただければと思います。

Q 7 : SNSについては、新しいアカウントを立ち上げることはできないとしているが、現在県が保有しているアカウントのうち、この事業で活用したり、一時的にこちらで運用できるようなアカウントは、どのくらいあるのか。

A 7 : 他の部署で管理しているアカウントは複数あります。本事業での活用については、取り上げる内容によるとは思われますが、うまく連動させることができる内容であれば可能かと思えます。

Q 8 : SNSについて、運用を任せさせていただくという形ではなく、こちらが提案した内容を踏まえ、運用を行う県のほうで発信を行うという流れになるのか。

A 8 : その通りです。担当部署が異なるので、そちらと協議しながら決めていく流れになります。

Q 9 : 同一番組の中で、別の観光資源が2つ紹介された場合も、露出実績は1つにカウントするという話があったが、例えば旅番組で県内のロケがあった後、その半年後に同一番組の別の企画での露出があった場合、実績のカウントはどうか。

A 9 : 別々のカウントとなります。

Q 10 : 千葉県の魅力の中で、今特に注力したいカテゴリーは何か。

A 10 : 番組によって取り上げられやすいテーマも異なってくると思われるので、業務全体として何か特定のテーマに絞ることは考えていません。

Q 1 1 : 自由提案に関して、これまでに行ったプロモーションの中で一番成功したと
感じているものは何か。メディア向けのイベントやSNSなどどういった
手法があったか。

A 1 1 : イベントという形では、実施してきていません。

これまで事業を実施してきた中で、効果があったものについては仕様書の内容に
含まれているため、基本的に、今回仕様書に記載されている内容が、事業者様に
実施していただきたい事業内容となります。そこにはない部分で提案いただける
部分があれば、ぜひ自由提案でご提案いただければと思います。

Q 1 2 : では、パブリシティの獲得がメインの事業内容になるということでしょうか。

A 1 2 : その通りです。

・・・・・・・・・・以下、説明会後の質問事項・・・・・・・・・・

Q 1 3 : これまで4月や5月にリリース活動がないようだが、その理由は何か。

A 1 3 : リリースの作成準備などの理由が挙げられます。

実現可能な内容であれば、年度当初の情報発信についてもご提案いただくことは構いません。

Q 1 4 : 露出件数のカウントは、リリース一件に対して、その内容に対する露出数を確認してカウントしているのか。

A 1 4 : ニュースリリースやメディアプロモートをはじめとした情報発信によって露出に繋がった件数を、実績としてカウントしています。

Q 1 5 : TVでの露出について、例えば1番組にて千葉でのロケ企画を2週連続で放映する場合がある（前編、後編という形）かと思うが、この場合での露出数のカウント方法はどのようになるか。

A 1 5 : 同一番組であっても、別日の異なる内容の放送であれば、実績は別々のカウントとなります。

Q 1 6 : 動画（P i c k U p C H I B A）の露出に関しては、Y o u t u b e で見ることができる動画について、メディア用の白素材を提供するなどして、活用を促しているか。

A 1 6 : 必要に応じ、メディアの方向けに白素材を提供しています。

Q 1 7 : 現地での取材対応について、PR事務局側での対応となるか。

A 1 7 : メディアによる現地での取材について、基本的にはPR事務局側は関与しておりませんが、必要に応じて対応していただくこともあります。

Q 1 8 : 今年度、県内と県外どちらの方がメインターゲットか。優先順はあるか。

A 1 8 : テーマごとにターゲット層も変化すると思いますので、業務全体ではターゲット層や地域を絞らず、幅広く発信していきたいと考えます。

Q 1 9 : 県外の場合、特にどんな地域から選ばれたいか。

A 1 9 : 上記Q A 1 8をご参照ください。

Q 2 0 : 本事業全般の最大の課題は何か。

A 2 0 : メディアとのリレーション構築を更に強化したいと考えております。メディアのニーズをヒアリングし、県にフィードバックしていただくことで、県が提供する情報に対する各種メディアでの取り上げ確度を一層高め、メディアと県の双方にとって本業務が有益なものとなるようにしていきたいと思っております。

Q 2 1 : 本事業の基本となっている政策や計画、施策等のURLなどを教えてほしい。

A 2 1 : 県政運営の基本となるもので、本県の政策の基本的な方向をまとめたものとして、「千葉県総合計画」が挙げられます。

▼URL

<https://www.pref.chiba.lg.jp/seisaku/sougou/sinchibakensoukei.html>

Q 2 2 : 個別の交通費支給は不可とのことだが、受託者が主催するプレスツアー（バス等をチャーターし、複数メディアを招聘する形式）を実施し、その運行経費を委託費に計上することは可能か。

A 2 2 : 可能です。

Q 2 3 : 企画提案仕様書に「ソーシャルリスニングツールの活用」とあるが、受託者が新たにツール契約を行う費用を見積もりに含める必要があるか。あるいは、県が既に導入しているツールのアカウント権限を付与されるのか。

A 2 3 : 県としてソーシャルリスニングツールの導入は行っていないため、ツール利用に係る費用も含めて見積もりをお願いします。

Q 2 4 : 自由提案において、ウェブメディアやSNSでの情報拡散を提案する場合、純粋なオーガニック投稿だけでなく、SNS広告（ブースト配信等）の広告費を予算に組み込むことは可能か。

A 2 4 : 本事業はパブリシティ活動及びメディアとのリレーション構築を目的としているため、SNS等での広告配信はいたしません。

Q 2 5 : 県内各地域の魅力（観光、農林水産物等）の情報収集にあたり、県庁内の他部署（観光関連の部署や農林水産部など）から、定期的な題材の提供や共有を受けるフローは構築されているか。

A 2 5 : 必要に応じ、担当部署と連携しながら業務を行っています。

Q 2 6 : 企画提案仕様書に「県内各地域の認知拡大」とあるが、特に露出を強化したい特定のエリアや、今年度特に注力すべきテーマ（例：食、移住、SDGs など）はあるか。

A 2 6 : 上記QA10をご参照ください。

Q 2 7 : 「ターゲット層の意識変化」を検証するにあたり、県として最も重視しているターゲット属性（例：首都圏のF1層、ファミリー層、インバウンド等）は何か。

A 2 7 : 上記QA18をご参照ください。

Q 2 8 : 自由提案において、SNSで対象外としたいプラットフォームはあるか。

A 2 8 : 対象外としたいプラットフォームは特にありません。媒体の特性や、素材とのバランスを踏まえて評価させていただきます。

Q 2 9 : 「SNS等の目視による反響確認」について、対象とするプラットフォームの指定はあるか。また、確認頻度（毎日、週1回等）に指定はあるか。

A 2 9 : Xやインスタグラム、フェイスブックなど、ある程度反響を拾えるものであれば反響を調査していただきたいと考えています。

確認頻度については具体的な指定はありませんが、放送後の反響が確認できる形で実施をお願いします。

Q 3 0 : 令和7年度のテレビ露出内訳を教えてください。

A 3 0 : 上記QA5をご参照ください。

Q 3 1 : 同年度最も印象的であったテレビ露出を可能な範囲で教えてください。

A 3 1 : 上記QA5をご参照ください。

Q 3 2 : 令和 7 年度、メディアに向けて設定したテーマや切り口を教えてください。

A 3 2 : 下記 URL に、これまで配信したプレスリリースがアーカイブされており
ますので、ご参照ください。

▼ URL

https://www.atpress.ne.jp/news/search?q=%E5%8D%83%E8%91%89%E7%9C%8CPR%E3%83%97%E3%83%AD%E3%82%B8%E3%82%A7%E3%82%AF%E3%83%88&search_mode=pr_publisher_name

Q 3 3 : 令和 7 年度、事業における県内の情報の収集はどのような形で実施したか。

A 3 3 : テレビやインターネット、新聞、SNS など、あらゆる媒体を通じて日々
情報収集に努めております。