

首都圏等広報支援業務企画提案コンペに関する質問に対する回答

Q1 昨年度の目標と実績（広告換算費、取材誘致件数）をご教示いただきたいです。

A1 平成 30 年度の取材誘致件数の目標と実績は次のとおりです。

目標	テレビ	6 件
	雑誌	7 件
実績	テレビ	6 件（約 3 億 9 5 0 0 万円）
	雑誌	7 件（約 4 0 0 0 万円）

※括弧内の数字は広告換算額

Q2 前年度の首都圏広報活動における、具体的なパブリシティ活動内容を教えてください。

A2 三重県ならではの食材、観光情報、施策などを幅広くパブリシティ活動を行いました。その結果、テレビ、雑誌について次のとおり露出が実現できました。

種別	名称	放送・掲載日	内容
テレビ	羽鳥慎一モーニングショー(テレビ朝日系列)	H30.11.2	伊勢海老、三重テラス等
	林先生が驚く早耳学！(TBS系列)	H30.12.9	北勢線等ナローゲージ
	めざましテレビ(フジテレビ系列)	H30.12.13	松阪牛
	ちちんぷいぷい(毎日放送)	H30.12.25	松阪牛
	めざましテレビ(フジテレビ系列)	H30.12.27	伊勢海老
	食彩の王国(テレビ朝日系列)	H31.2.16	あおりふぐ
雑誌	コミック魂(主婦の友社)	H30.7.13	伊賀忍者博物館
	Classism(ゆめディア)	H30.11.30	南伊勢観光
	日経おとなのOFF(日経BP)	H30.12.5	美術館特集
	料理通信(料理通信社)	H30.12.5	三重の発酵食品他
	HERS(マガジンハウス)	H30.12.12	伊勢市、志摩市他
	Hanako(マガジンハウス)	H30.12.27	三重の食
	広報会議(宣伝会議)	H31.1.1	地域活性の取組他

Q3 調査リリースについて、前年を含め過去に行ったテーマや内容をおしえてください。

A3 平成28年2月、伊勢志摩サミット開催100日前に三重県がどのようなイメージを持たれているかを調査しました。その結果、三重県は「牛肉」や「海老」が日本一おいしい県と認識されていることが分かりました。また、訪れたい「パワースポット」や「世界遺産」でも1位2位を獲得しました。
なお、今回の業務の調査リリースで、まだ全国的に認知されていない三重県の魅力を掘り起こすことができればよいと考えています。

Q4 より効果が見込める場合、提示された手法とは別の手法を提案し、代替することは可能でしょうか。もしくは追加事項であれば可能でしょうか。

A4 仕様書の業務内容と同等のものであれば、協議のうえ代替を可能としますが、仕様書の業務内容から逸脱した手法であれば、代替は不可です。
なお、追加提案は妨げるものではありません。

Q5 本事業は「首都圏等大都市圏」での活動と拝見し、「大都市圏」とは東京名古屋大阪という認識で間違いないでしょうか。さらに、主に首都圏での活動とのことで東京での活動に注力するものと考えておりますが、東京以外に想定している場所はございますか。メディア訪問に関しましても同様の範囲内での活動でしょうか。

A5 全国に発信できる首都圏のメディアを基本として考えていますが、イベント内容やターゲット、効果等から、大阪や名古屋等のメディアから全国に向けた情報発信も有効であると考えています。
(例) 関西圏で三重県への移住に関するイベントがある場合は、関西圏のメディアから情報発信を行うなど
大阪や名古屋等のメディアへの訪問については、提案によるものとします。

Q6 若者の移住促進、県内定着を今回の広報提案の軸にされていますが、前期はどのような広報業務の取り組みをされていたか教えてください

A6 昨年度は、県政だよりや広報番組に「三重の若者のチカラ」について、情報発信を行いました。
・県政だより みえ
<http://www.pref.mie.lg.jp/DAYORI/index.htm>

- ・三重県制作広報番組「県政チャンネル 輝け三重人 知事 突撃取材」
<http://www.pref.mie.lg.jp/MOVIE/ci200006530.htm>

また、三重県移住・交流ポータルサイトにおいて、継続的に三重県の移住促進の取組について情報発信を行っています。

- ・三重県移住・交流ポータルサイト ええとこやんか三重
<http://www.ijyu.pref.mie.lg.jp/>

Q7 三重県が推進する、地域活性化に取り組む若者の具体的な活動内容、他県との差別化があれば教えてください。(現状取り組んでいることと、今後取り組む内容について教えてください。)

三重県が推進する移住促進や UI ターンの取り組みなどあれば教えてください。

A7 A6に加えて、下記のみえ県民ビジョン等のホームページに掲載されている「平成31年度 三重県経営方針（暫定版）」等をご確認ください。

- ・みえ県民ビジョン等
<http://www.pref.mie.lg.jp/VISION/index.htm>
- ・平成31年度 三重県経営方針（暫定版）
<http://www.pref.mie.lg.jp/common/content/000828739.pdf>
- ・三重県へのU・Iターン就職
<http://www.pref.mie.lg.jp/oshigoto/p0037100004.htm>

他県との差別化については、どのような三重県の魅力や取組を情報発信することが効果的かを担当所属と検討していき、本業務の中でご提案やアドバイスをいただきながら、よりよいものにしていきたいと考えています。

Q8 広報アドバイスについて、前年度は具体的にどのようなことをされていたか教えてください？

A8 前年度は、県が今後取り組むべき広報媒体とその特性についてアドバイスをいただくとともに、県の職員向けにさまざまなメディアを活用した情報発信について研修を実施していただきました。

なお、本業務において、セミナーや研修は必須ではありません。

Q9 今回、三重県が考えるメインターゲット層はどこになりますか？「若者の県内定着」ということもあり、10～20代のかんがえでしょうか。

また、メディアターゲットはどうお考えでしょうか（例えばWebをメインと考えている。またはマスメディア(特にテレビ)と考えている等)

A9 メインターゲット層について、お見込みのとおりですが、年齢層は幅広く考えていただいても構いません。メディアターゲットについては、テレビにも多く取り上げていただき、雑誌、新聞、ウェブ等についても対象年齢層が利用するメディアを考慮し、メディアミックスでの効果的な情報発信ができればと思います。

Q10 今回の KPI は仕様書の業務内容となりますか？

A10 首都圏等広報支援業務提案書作成要領に提出書類として、取材誘致目標提案書を記載していますが、この取材誘致目標提案書に記載した目標に基づき、本業務を履行していただくことが前提です。その他の提案書についても同様に、提案に基づいた業務履行が前提です。

Q11 露出に関して、首都圏などの大都市圏のメディアとは、キー局以外に関西エリア（大阪）、東海エリア(名古屋)など、どこまでをいいますか？
また、地上波のテレビ番組は大都市圏メディアであれば、ローカル(ネットな)放送でもよろしいでしょうか？

A11 考え方については、A5 のとおりです。限られた地域での発信についても、ターゲットや効果が明確になっていれば、追加提案として、ローカルネットの放送でもよいものとしませんが、提案の大半がローカルネットの放送になることは想定していません。

Q12 首都圏広報業務における、前年度に達成できなかったことを教えてください。

A12 前年度は、交通費や宿泊費等の取材協力費を別途用意することができなかったため、取材機会を逃した例もありました。このため、今回の契約では取材協力費を加えた予算としています。

Q13 契約金額のうち 180 万以上はメディアに対する取材実費にすると記していますが、提案時に内容を見積もり上で出さなくてははいけないでしょうか？（※取材実費の見せ方はどうすればいいでしょうか）

A13 提案に基づき、想定する取材場所での取材実費を経費見積書に計上してください。

Q14 前回プレゼン参加数は何社でしょうか。

A14 2社です。

Q15 三重県の 情報 の提供先として 『首都圏など大都市圏のメディア (TV 番組や雑誌、ウェブサイトなど)』と記載がございますが、東京に起点を置く、海外へ向けて情報発信をしているメディア (インバウンド向け情報メディア・海外通信社など) についても対象に含むと考えて問題ございませんでしょうか？

A15 インバウンド向け情報メディア・海外通信社などへの情報発信は必須ではありませんが、情報発信の内容により判断します。

Q16 インフルエンサー施策を企画提案した場合、インフルエンサーによるキュレーションメディアや SNS などでの投稿について、取材誘致の露出として認めていただけますでしょうか？

A16 広告換算額等の効果が測定できるものであれば、取材誘致の露出として追加してもよいこととします。ただし、仕様書に記載する業務の一部に代替とすることは不可とします。

Q17 【取材を誘致する内容】①『若者の県内定着 移住促進、UI ターン促進等につながる内容』として、『三重県で地域活性化などに取り組む若者 地域おこし協力隊、起業者、就農者 の活動内容や背景』と記載がありますが、本年の首都圏等広報支援業務において、情報発信を行う予定のある団体や人などおりますでしょうか？

A17 今後、担当所属と提供情報の調整を行う予定です。

Q18 【取材を誘致する内容】として②『熊野古道伊勢路の来訪促進につながる内容』と記載がありますが、現在来訪されている方の特徴(年代・性別・居住エリア等)と、今後情報を伝えていきたいターゲットの特徴(年代・性別・居住エリア等)をお伺いすることは出来ますでしょうか？

A18 現在来訪されている方の特徴 (年代・性別・居住エリア) について、熊野古道伊勢路への来訪者の特徴を特定する統計は取っておりませんが、お問い合わせ等をいただくのは 50 代以上の方々が多くなっています。

平成 30 年三重県観光レクリエーション入込客数によると、熊野古道伊勢路の在る東紀州地域への発地（居住地）別の観光客の構成は、県内が 43.5%、中京圏が 27.8%、関西圏が 22.8%、関東圏が 3.7%、その他が 2.3%となっています。

同様に年代別の構成は、40 代、50 代が共に 23.8%、次いで 60 代が 16.8%、30 代が 15.5%、70 代 9.1%、20 代 8.3%となっています。

今後情報を伝えていきたいターゲットの特徴（年代・性別・居住エリア）については、首都圏在住の、性別を問わず 40 代から 50 代の世代を中心に、（山歩きに関心のある若い女性を含め）情報発信をしていきたいと考えています。

また、欧米豪を中心としたインバウンドの方にも熊野古道伊勢路の魅力を伝えたいと考えます。

Q19 『熊野古道伊勢路の来訪促進につながる内容』について、熊野古道伊勢路以外に、県内で来訪促進を求めている地域はございますか？

A19 今後、担当所属と提供情報の調整を行う予定ですが、考え方について、下記の三重県経営方針を参考としてください。また、熊野古道伊勢路以外については、さまざまな角度から情報発信を予定していますので、ご提案をいただきたいと思います。

・平成 31 年度 三重県経営方針（暫定版）

<http://www.pref.mie.lg.jp/common/content/000828739.pdf>

Q20 ③ 取材誘致目標提案書について、「首都圏等広報支援業務委託仕様書 4. 業務の内容 (1)取材誘致(パブリシティ活動)」に記載されている、取材誘致必須件数の他に、本年の目標となる露出件数や広告換算額などはございますでしょうか？

A20 昨年度の実績を超えることを希望しています。

また、より良質な露出獲得を期待しています。そのうえで、メディアが求めている情報を収集し、県に的確に共有いただくとともに、当県のメディアリレーション構築の支援を期待しています。

Q21 業務委託仕様書 4（1）にて「首都圏等の大都市圏でのメディア」とありますが、三重県出身の若者の地元定着のためには全国ネットのテレビ番組だけでなく東海エリア等地元のメディアへの露出も大きく貢献することと思います。そうした地元テレビ・雑誌メディアも必須の地上波テレビ番組 4 件、雑誌 4 件に含まれますでしょうか。メディア数カウント上の基準がありましたらご教示下さい。

A21 考え方については、A5、A11 のとおりです。地元メディアで制作したもののにおいても、全国に発信できるものであれば、地上波テレビ番組 4 件、雑誌 4 件に含めてよいものとしします。なお、ターゲットや効果が明確になっていれば、4 件+αの追加提案として、限定したエリアへの情報発信の提案も妨げるものではありません。

Q22 今回の広報は、三重県の人口県外流出抑制と県内への流入促進が、広報課題として挙がっておりますが、この課題に応えるものであれば、バラエティ・報道番組等、ジャンル関係なく広く評価対象となると考えてよろしいでしょうか。番組の選定基準（NG 含め）があればご教示下さい。

A22 県の取組によい影響を与えるものであれば、ジャンルに関係なく広く評価対象になると考えています。

Q23 業務委託仕様書 4（1）にて「首都圏等の大都市圏でのメディア」とありますが、首都圏以外の関西含めた全国の大都市エリアのメディアにもリリース配信をされていますでしょうか。

A23 昨年度は首都圏と関西圏のメディアに対し取材誘致を行いました。

Q24 メディア PR の性質上、テレビ番組の取上げを増やすためにも、テレビや雑誌・ウェブだけでなく、新聞記事の取上げ等も設計上非常に有効ですが、これまでの三重県メディア PR 戦略では、その点はどの様にお考えでしょうか。評価対象になるか等含め、どうぞ率直にご教示下さい。

A24 三重県では、ターゲットに対して、より効果的かつ的確に県政情報を提供するため、各メディアの特性や役割をふまえたうえで、メディアミックスを意識した情報発信を行っています。各社が持つメディアリレーションにより、各メディアへの取り上げられるための手法は多様にあると思いますので、新聞記事掲載がテレビ番組への取上げにつながる戦略についてもご提案いただければと思います。

Q25 メディア PR はメディアや番組制作側との関係性に十分に配慮し、目新しい情報や提案を行うことが戦略検討上もっとも重要なため、過去 2 年間の三重県様の PR ・取材誘致活動によるメディア露出実績（番組名）と簡単な内容、広告換算を参考までにご開示下さい。

A25 平成30年度の実績については、A1,A2をご参照ください。
 また、平成29年度の取材誘致の実績は次のとおりです。
 テレビ 5件(約7億4700万円)、
 雑誌 5件(約500万円)

※括弧内の数字は広告換算額

種別	名称	放送・掲載日	内容
テレビ	王様のブランチ(TBS系列)	H29.11.11	三重県観光
	サタデープラス(TBS系列)	H30.1.13	伊勢志摩の観光
	モーニングCROSS(MXテレビ)	H30.3.19	三重テラス紹介
	食彩の王国(テレビ朝日系列)	H30.3.24	桑名のはまぐり
	めざましテレビ(フジテレビ系列)	H30.3.29	的矢かき
雑誌	ディスカバージャパン(樫出版)	H30.2.6	つづきは三重で
	フライングポストマン(メディアオ)	H30.2.20	高級伊勢茶伊勢冠
	ディスカバージャパン(樫出版)	H30.3.6	バリアフリー観光
	クロワッサン(マガジンハウス)	H30.3.23	みえジビエ
	SAVVY(エルマガジン社)	H30.3.24	高級伊勢茶伊勢冠

Q26 ニュース番組ですと急の取材対応が求められる場合がありますが、特に三重県現地に取材が入った場合など、三重県庁ご担当者様の立会やアテンドにご協力をいただくことは可能でしょうか。それとも、全て受託者のみでの取材対応となりますでしょうか。

A26 これまでも、県の担当者の立会やアテンドは事例がありますので、必要に応じて対応いたします。

Q27 三重県の方に東京で番組ご出演いただく可能性がありました場合、三重県からの移動費なども本契約金額内の経費となりますでしょうか。

A27 現地取材を前提に考えていますが、東京でのスタジオ出演等が必須であれば、本契約金額内の経費となります。

Q28 三重県戦略企画部広聴広報課様の過去リリースを拝見しますと、三重県テラスでのイベント告知やPR動画を作成されての話題作りも行われてメディアへPRされている様に拝察します。この様なリリース上フックとなるイベントや製作事業が既に今年度も別途三重県様で進行または計画・予定されているものがありましたらメディアPR戦略立案上、大変重要な要素となるかと思っておりますので、どうぞ予め情報をご開示下さい。

A28 三重テラスの周年祭については毎年行われていますので、今回も行う予定です。その他のイベント等につきましては、担当所属から県外への情報発信を希望する事業を確認し、今後決定する予定です。

Q29 上記リリース上のフックとなる企画提案と実施費用(たとえば上述の三重テラスイベント実施運営費用やPR動画作成費用等)は、これまでの首都圏広報支援業務では受託者側が本予算範囲内で行われているものでしょうか。それとも別途予算で準備されたものでしょうか。過去実績についてどうであったか、どうぞご開示頂けます様お願いします。

A29 三重テラスイベント実施運営費用やPR動画作成費用等は他事業での取組となります。

Q30 その他、リリースに載せるネタのご提供(業務委託仕様書 4(1)の①～③に合致するもの)が基本的に三重県側様からあるか、又は受託者の方でネタ作りを含めゼロからお手伝いをするようになるか、広報戦略ご提案内容にも、また予算費用にも大きく差が生じますので、過去2年の実績でネタの出元がどうであったか、情報をご開示いただけます様をお願いします。

A30 これまでは、受託事業者により、三重県の理解を深めるための入念なリサーチが行われました。県からの情報提供だけでなく、受託事業者からの提案によるものが大きいものとなっています。

Q31 三重県戦略企画部広聴広報課様の過去リリースを拝見しますと、業務委託仕様書の4(1)取材誘致(パブリシティ活動)と、(5)ニュースリリース配信は、別途の内容で露出されている様にも拝見いたします。(5)での内容とは別の内容でメディア露出に至っている?(1)でのPR内容と(5)でのPR内容で違いがあるのか、リリース配信のトータル的なカウントや配信費用にも影響するため、(1)と(5)のPR内容や役割に区別がある様であれば、ご教示下さい。

A31 (1) 取材誘致（パブリシティ活動）については、受託事業者のメディアリレーションにより、ダイレクトプロモートを行ったものになります。これにより、昨年度はテレビ露出全てと雑誌露出の大半を獲得しています。

また、(5) ニュースリリースの配信は、ニュースリリース配信サービスを活用したもので、これにより、昨年度はウェブ露出全てと新聞露出の大半を獲得しています。ニュースリリース配信による昨年度の実績は、ウェブ露出 1,221 件、新聞露出 21 件です。

Q32 業務委託仕様書 4 (7) にて、「アドバイスを受けて県が事業を実施する場合の費用については本事業の委託費に含まないものとする」とありますがそうしたアドバイスも本件首都圏広報支援業務のメディア露出を効果的にするための戦略としてトータルで提案させていただくことも可能ですが、(その場合、委託費外の内容であることを明示) いかがでしょうか。

A32 可能でしたらご提案をお願いします。なお、ご記入いただきましたとおり、委託費外の内容であることを提案書に明記してください。また、経費見積書には、業務委託範囲内の金額のみを記載してください。