

「オール三重！全力応援サイト」にかかる広報及び販売促進キャンペーン実施業務委託
企画提案コンペ 質問に対する回答

質問1 「オール三重！全力応援サイト」に関してペルソナ設定はありますか？

回答1 現時点でペルソナ設定はありません。

質問2 販売促進キャンペーンとは実働イベントの認識でしょうか？（例 街頭でのチラシ配布など）
それともサイト内もしくはデジタルコンテンツを利用したキャンペーンどちらの想定でしょうか？

回答2 キャンペーン内容については、実施方法も含め、事業目標を達成するための効果的な手法を皆様からご提案いただくこととしております。

質問3 応援サイトの制作事業者及び応援サイトリンク先の運営事業者との調整とありますが、それぞれどれぐらいの関係者が存在しますでしょうか？

回答3 応援サイトの制作事業者は1者、応援サイトリンク先の運営事業者は5月18日時点で271者です。また、実際に調整が必要な関係者については、ご提案内容によると思います。

質問4 公式HPやSNSアカウントなどの有料広告を実施における結果および実施時の詳細など共有頂きたい。（ターゲット・広告回数・金額・コンバージョン・広告に使用したデザインなど）

回答4 ターゲット：ありません
広告期間：お宝マーケットのサイト周知（誘導）、キャンペーン告知として計3回
実施 ①2020年8月13日～9月1日/②2020年11月12日～12月31日
/③2021年3月23日～24日

総表示回数：1909 万回
総クリック数：7 万回
費用：約 380 万円
WEB 広告から CP への総申込数：5859 回



(デザイン一例)

質問5 現状のWEB ページのアクセス数 (月間) などデータの共有は可能でしょうか?

回答5 令和3年4月1日から30日の月間アクセス数は26,541です。

質問6 企画提案コンペ参加資格確認申請書の特記事項にある、

- (1) 三重県建設工事入札参加資格者名簿登録者
- (2) 三重県電子調達システム (物件等) 利用登録者

はどちらも登録が必要でしょうか? (現状2のみ申請中でございます。)

回答6 どちらも登録していただく必要はございません。なお、(1) 三重県建設工事入札参加資格者名簿登録、(2) 三重県電子調達システム (物件等) 利用登録のいずれかに登録しており、登録済みの情報に変更がない場合は、企画提案コンペ参加資格確認申請書 3添付書類の提出を省略できます。

質問7 昨年5月に応援サイトがオープンしていますが、EC サイトリーチ数・購入率の平均値をご教示いただけますでしょうか。

回答7 ポータルサイトの性質上、応援サイト経由によるEC サイトへのリーチ数・購入率を特定できないため、把握できていません。

質問 8 キャンペーン内容は毎月変更しなければならないでしょうか。

回答 8 毎月変更する必要はございませんが、上記「回答 2」のとおり、効果的な実施方法をご検討いただいたうえでキャンペーン内容をご提案ください。

質問 9 各月に行うキャンペーンでは、EC サイト内で販売されている全ての商品を対象としなければならないでしょうか。

回答 9 上記「回答 2」のとおり、効果的な実施方法をご検討いただいたうえでキャンペーン内容をご提案ください。ただし、取り扱われる商品に著しい偏りが出ないように、幅広い商品を対象に実施していただきたいと考えています。

質問 10 PR の一環として、EC サイト内でご協力を得ているシェフや事業者の方を、キャンペーンで活用することは可能でしょうか。

回答 10 可能です。ただし、出演料等の諸費用が発生する場合は本事業の委託費からご負担いただきます。

質問 11 首都圏、中部圏、関西圏の中の優先順位はありますでしょうか。

回答 11 ありません。

質問 12 現在の応援サイト利用者のエリア、年齢などの割合をご教示いただきたいです。

回答 12 応援サイト利用者のエリア：主な利用者のエリアは、三重（19.3%）、東京（15.28%）、大阪（14.30%）、愛知（13.82%）、神奈川（11.74%）です。
年齢：25-34 歳（27%）、35-44 歳（25%）、45-54 歳（16%）、18-24 歳（13%）、55-64 歳（12%）、65 歳以上（7%）

質問 13 県産品の中で特に注力したい商品はありますか。

回答 13 上記「回答 9」のとおり、幅広い商品を対象に実施していただきたいと考えます。

質問 14 昨年 5 月に応援サイトがオープンしていますが、オープン前や以降の PR 実績をご教示いただきたいです。

回答 14 オープン前の PR 実績：県プレスリリース、県 Facebook での広報、メルマガ配信、伊勢新聞掲載、一部掲載サイトとの相互リンク

オープン以降の PR 実績：ラジオ（FM 三重/JFN）、Twitter、三重県広報、三重県観光連盟公式サイト・SNS・メルマガ配信、新聞広告（中日新聞、日経新聞）、記事掲載（伊勢新聞、朝日新聞、日本経済新聞 WEB、中部経済新聞、毎日新聞、読売新聞都内版）、チラシ、ポスター、WEB 広告、ポスティング、東海テレビ

質問 15 キャンペーンを行った際の、当選者などへの商品代も、委託料に含まれますでしょうか

回答 15 含まれます。

質問 16 キャンペーン事務局（一般からの問い合わせや応募）窓口も委託会社が実施するということでしょうか。

回答 16 その通りです。

質問 17 キャンペーンに関する WEB ページ（応募フォームなど）のリンクもしくは、応援サイトにてコンテンツ化することは可能でしょうか。

回答 17 可能です。

質問 18 コロナ禍の広報活動において、防疫対策を徹底すればロケなど取材受入れは可能なのでしょうか。

回答 18 基本的に可能であると考えていますが、取材時点の感染状況等を勘案のうえ、判断します。

質問 19 PRの一環としてみえの国観光大使などを活用することは可能でしょうか。

回答 19 可能です。ただし、出演料等の諸費用が発生する場合は本事業の委託費からご負担いただきます。

質問 20 食の分野で、今後年内に展開するSDGs関連の取組みは具体的にご教授いただけますでしょうか。

回答 20 ご質問の意図に沿ったご回答となるか測りかねますが、県として今年度実施するSDGs関連の取組では、以下を予定しています。(本事業に直接関係する事業ではございません。)

- 「4. 質の高い教育をみんなに」に該当するものとして、
 - ・食の上流（一次産業）から下流（三次産業）までを一気通貫に体験するインターンシップの実施
- 「12. つくる責任、つかう責任」に該当するものとして、
 - ・食品企業と学生（生徒）とのコラボ商品開発に向けたマッチング支援等を実施

質問 21 ブランド観点から、キャンペーンの中でディスカウントを含んでも構いませんでしょうか。

回答 21 可能です。ただし、ディスカウント費は本事業の委託費からご負担いただきます。