

2024 年度高知県観光情報発信委託業務のプロポーザルに関する質疑応答  
(R6. 1. 5 追加)

①

Q：一次メディアでの掲載本数 30 本以上とあるのは、同じ記事でもメディア（Web サイトや媒体社）が違ってればそれぞれ 1 本としてカウントする認識で問題ないか。

A：メディアが違っている場合、それぞれ 1 本としてカウントします。同じメディアが異なる媒体（例えば Web と SNS など）で発信した場合は、重複してカウントしないとお考えください。

②

Q：参考資料の年間スケジュール表について、プロットされている内容は全て本事業とは別に実施されるものという認識で問題ないか。

A：年間スケジュール表において本事業に該当する部分は「メディア露出を意識したプロモーションを展開し、全国レベルでの話題化を創出」の部分ですが、枠内の内容は参考であり、その他の内容については、本事業とは別に実施されるものという認識で間違いありません。ただし、他事業とも連携を取り、必要に応じてビジュアル等のトーンを合わせていただくことがあります。

③

Q：高知県が考える「観光資源」は何か？  
コンセプトで「田舎」を押し出しているが、具体的にどのような要素が他都道府県と比較した際の差別化/独自性だと考えているか。

A：本県の「観光資源」の差別化/独自性については、ご提案者それぞれが、ソトからの目線で気づき、お考えいただいた内容をご提案書にお含めください。

④

Q：「自走するキャンペーン」の具体イメージについて  
審査基準の「県民など参加および拡散を促進する企画」に記載のある「県民をはじめとした高知県にかかわる様々な方々（各種観光関連事業者、その他民間企業、学生等）が共感し、キャンペーンの取り組みへの自主的な参加や拡散促進、自走化など幅広く、大きな展開につながる企画」と記載があるが、これまでの高知県のプロモーションで、この条件を満たした成功事例はあるか。無い場合は、ベンチマークとしている他都道府県の事例はあるか。

A：仕様書にもありますように、本県における「高知家プロモーション」の取り組みのように、県民をはじめとした高知県にかかわる様々な方々が、自主的に拡散促進を行い、自走化していくことを目指しています。

⑤

Q：本業務における既存計画におけるポジション

参考資料「年間スケジュール表」（「どっぷり高知旅キャンペーンーシーズン1」）（以下、年間スケジュール表）の展開の中で本業務はどこに該当するのか。

A：年間スケジュール表において、「話題化・ヤマづくり」の部分が本業務にあたります。

⑥

Q：本業務における既存計画を前提とした必須要件

年間スケジュール表の展開の中で本業務が例えば「話題化・ヤマづくり」に該当した場合

「著名人体験企画」など具体的な施策が資料で盛り込まれているが、このような具体的に想定していて本業務に必須で盛り込むべき施策があるのか。

A：スケジュール表は参考資料であり、本事業の提案の段階においては、必須で盛り込むものではありません。

⑦

Q：本業務の企画独自性について

ポスターをはじめ様々なビジュアルやコピー、プロモーション計画が想定されているが、本業務は独自でコピーやビジュアル、場合によってインフルエンサーのアサインなどを行いプロモーションを実施する想定で良いか。

A：事業の実施にあたって、現在制作中のビジュアルやコピーを必要に応じて使用いただくことやトーンを合わせていただくことがあります。本提案においては独自にお考えいただいたコピーやビジュアルによる展開をご提案いただいても差し支えありません。