

## 「GO TO トラベル」長崎県デジタルマーケティング業務に係る質問に対する回答

受け付けたご質問を下記のとおり回答する。

### 1. ワークショップの運営に関すること

#### ●質問1

エリア毎の参加人数を教えてください。

<回答1>

1市町で2名~3名を想定している。

#### ●質問2

ワークショップはリモート(テレビ会議)での実施でも良いか。

<回答2>

リモート会議でも可能とするが、ネット環境があまり良くない場所もあるため注意していただきたい。また、打合せの内容によって、対面の方が良い場合は対面を優先していただきたい。

#### ●質問3

離島の場合は必ず現地での実施が必要か。

<回答3>

回答2と同様

#### ●質問4

ワークショップの開催回数を3回程度とした理由を教えてください。

<回答4>

初回は「顔合わせ、プレスト」、2回目は「テーマ案の出し合いなどの協議」、3回目は「テーマ等の大きな方向性の決定」のイメージを想定しているが、それ以上であっても良い。

#### ●質問5

ギャップ調査とは、一般的なギャップ調査ですか

<回答5>

地域の方が抱いている観光イメージと旅行者が抱いている観光イメージのギャップをあきらかにするための調査

#### ●質問6

エリア毎にファシリテーターを1名配置とありますが、1名で複数エリアを兼ねるこ

とは可能か

<質問6>

可能ですが、一人で6エリアを担当するなど、予定どおりに制作が進まない等、業務に支障が生じる可能性が見込まれることは避けてください。

●質問7

ワークショップの参加者はどのような方か、また、こちらから人選の提案は可能か

<回答7>

参加者は市町の観光担当者および市町の観光協会の方です。人選の提案はNGです。

●質問8

ワークショップに係わる費用（会場費、参加者の交通費等）は全て事業費の中で負担するという認識で良かったか

<回答8>

そうです。但し、市町担当者、観光協会企画担当者の旅費は不要です。

## 2. 制作に関すること

●質問1

主要な観光スポットの動画制作の内容は

<回答1>

仕様書で示している通り、「稲佐山からの夜景」、「出島」、「平和公園」、「雲仙の街並み」の4箇所です。利用方法は、観光ポータルサイト「ながさき旅ネット」にそれぞれ掲載予定。

●質問2

動画制作において最優先すべきは最新鋭の専門機材や映像技術などの画質やクオリティでしょうか、それとも構成や企画の中身でしょうか

<回答2>

良い動画とは、企画力、撮影技術、編集力、音などの要素が高いレベルほど良い動画と考えるため、どちらを優先すべき、など考えていません。

●質問3

エリア毎に3作品計18本の動画それぞれに30秒プロモーション動画が必要か、あるいはエリア毎に30秒プロモーション動画1本ずつ計6本でしょうか

<回答3>

どちらでも良い。提案者のコミュニケーション戦略において、最も効果的である手法で実施していただければと考えます。

●質問4

ランディングページの集客にあたり、テレビスポット等の投下、タレントの起用は可能か、また、制作した動画は地上波で放送しても問題ないか

<回答4>

この事業は、ICT を効果的に活用し、戦略的ターゲットに対して動画等のプロモーションを実施し、そのターゲットにどのような動態変容が起きたのかなど、広告効果の見える化までを想定した事業です。ご提案の取組みについて、委託金額外で実施するのであれば、可能と考えます。

●質問5

企画提案時の動画コンテンツ案は、6 エリア×3 作品程度の合計 18 本の構成案全て提案すべきか

<回答5>

企画提案は 6 エリア×1 作品で提案してください。また、ランディングウェブサイトも同様の考え方です。

●質問6

ランディングページのサーバー収容先は、「ながさき旅ネット」で良かったか

<回答6>

そのとおり。

### 3. プロモーションに関すること

●質問1

今回の重点ターゲットの戦略エリアはあるか

<回答1>

重点ターゲット及び戦略エリアについては、ファシリテーターと市町の観光担当者で導き出してもらいたいと考えています。

●質問2

制作物（動画）の提案は、フェーズ2、フェーズ3の両方となるか

<回答2>

フェーズ3でお願いします。

フェーズ2は、Youtuber などの利用者視点を重視するために、動画イメージの提案は必要ないが、Youtuber のプロフィールや本人の媒体力、実績など客観的に理解できる資料を提供してください。

●質問3

仕様書内「3. 実施業務」の（4）において、第二フェーズは Youtuber 等を活用した動画配信とあるが、こちらは動画配信と第一フェーズから継続した広告配信両方を実施する、という認識で良いか

<回答3>

Youtuber 等を活用した動画が完成したら、第一フェーズは終了し、第二フェーズで制作した動画のランディングページを活用し、デジタルプロモーションをしたいと考えています。

イメージは下記の URL のとおり

<https://www.ana.co.jp/ja/jp/travel/soratabilife/kyushu/>

#### ●質問4

仕様書3. 一(4) -④の「目標 KPI 等」に関して、「視聴回数及び完全視聴率」と「動画からのウェブサイト誘導数」ではどちらを重要視するか

<回答4>

両方です。そのためのプロモーションを思考・提案してください。

### 4. 検証について

#### ●質問1

仕様書3. 一(6)の「GPS 解析データ」と「SNS データ」は具体的にどのようなものを指しているか

<回答1>

##### ・GPS データについて

緯度・経度の粒度で、旅行者の動態が把握できるデータを指します。

「X 地点にいた者が、Y 地点にいった」のように、ユーザー単位で周遊傾向が見れること、また、「Z 地点で 30 分滞在した」のように滞在時間もわかることを求めます。

##### ・SNS データについて

緯度・経度の粒度で位置情報のついた SNS 投稿を収集したデータのことを指します。投稿スポットを「観光」「飲食」「宿泊」などといったカテゴリ別に分析できること、投稿内容を分析できること、ユーザーの居住地推定ができることの3点を重視します。

### 5. その他

#### ●質問1

委託金額の配分比率について、指定された配分は厳密に守る必要があるか

<回答1>

企画提案の公平性を保つ観点から、予算配分は「3対6対1」と示しているが、事業効果を最大化する違う考え方があれば、提案書に示した上で提案しても構いません。

#### ●質問2

委託金額の配分目安に関して、プロトラベラー・Youtuber 等を活用した動画制作はデジタルプロモーションに係る事項で想定されているか

<回答2>

そのとおりです。

●質問3

ビデオコンテによりプレゼンテーションをしてよいか

<回答3>

問題ありません。

●質問4.

プレゼン時間内であれば、複数案の提案は可能か

<回答4>

1者1提案は厳守してください。