

令和3年7月8日
(一社) 長崎県観光連盟

令和3年度観光デジタルプロモーション業務仕様書
業務に係る質問に対する回答

受け付けたご質問について、下記のとおり回答します。

(質問1)

＜仕様書＞(1) 既存コンテンツを活用したデジタルプロモーション

- ・動画「長崎で、心呼吸。」 <https://www.nagasaki-tabinet.com/shinkokyu/>
- ・動画「好奇心の島々へ。」 <https://www.nagasaki-tabinet.com/static/specialmovie/> この動画を広告用に利用する場合、15秒等に編集する必要がありますが、それは「宣伝資材」の費用内で納める必要があるということでしょうか。もしくは御社側で編集のご対応をしていただけるのでしょうか。

動画「長崎で、心呼吸。」は15秒の動画があります。動画「好奇心の島々へ。」については30秒の動画がありますので、特定の秒数の動画が必要な場合は、費用内で編集をお願いします。(白素材有)

(質問2)

＜仕様書＞(2) 新規コンテンツを活用したデジタルプロモーション

- ・「#ナガサキタビブ」に関しまして、(外部ライター募集予定)とございますが、募集自体は御社でご担当いただける認識でよろしかったでしょうか。
- ・「多様な記事コンテンツを活用」とございますが、このコンテンツ内容も御社側でご用意いただける認識でよろしかったでしょうか。

「#ナガサキタビブ」のライターは当連盟にて現在募集中です。ライターが決まり次第、ライターの特性を活かした記事コンテンツを制作いただく予定(9月掲載開始)としております。

(質問3)

＜仕様書＞(3) 当連盟が運営する公式Instagramの媒体力の強化

- ・こちらはビジネスアカウントを取得されているという認識でよろしかったでしょうか。
- こちらは効果測定面でビジネスアカウントの取得が必須となっております。

ビジネスアカウントを取得しております。

(質問4)

＜仕様書＞「デジタルプロモーションを実施する前と後で、ターゲットとする一般生活者がSNSなどでどのような情報の拡散があったか」とございますが、実施する前の情報は共有いただけるという認識でよろしかったでしょうか。

実施する前の情報と実施後の情報拡散については、提案者の知見や参考資料等に基づき KPI を設定した上で、実施前と実施後の行動変容の調査をお願いします。

(質問5)

＜作成要領＞2. 提案内容／プロモーション効果「既存動画を活用した～」とありますが、仕様書内の新規コンテンツも含むという認識でよろしかったでしょうか。

新規コンテンツは動画ではなく記事コンテンツになります。既存動画を活用したプロモーションには含まれません。

(質問6)

インスタグラムのフォロワー数1万人という指標の背景とその意図。

現在、長崎県観光連盟が運営している Instaglam アカウントが2,000人弱になりますが、次に目指す指標として1万人を設定しています。また、「10,000人達成」ということが話題性につながるため。

(質問7)

既存の動画コンテンツを改編しても良いのか。(軽微な表現・尺調整など)

表現についてはどの程度改編するか協議が必要になりますが、尺調整は問題ありません。

(質問8)

・既存の動画コンテンツ「長崎で、心呼吸。」「好奇心の島々へ。」は全て活用する必要があるのか。

プロモーション計画において、動画を限定して活用するのが最適だと考えられる場合、全て活用する必要はありませんが、動画コンテンツを絞る理由を明確に記載するようにしてください。

以上