

平成29年度高知家プロモーション事業委託業務 質疑回答

質疑内容	回答
1 「平成29年度高知家プロモーション事業委託業務 概要書」内、「6.プロモーション項目とPR活動」よりご質問です。 こちらでのPR活動における各種プロモーション運営・仕切り等につきましては、本業務委託事業内に含まれておりますでしょうか。 こちらは、あくまでプロモーション活動が主たる事業となりますでしょうか。	参考資料でお示した資料レベルの訴求ポイントやスケジュールなどのとりまとめ、調整は基本的に委託者側において行います。一方で効果的な露出やセールスへの活用につながるためプランニングは双方で話し合い決定していくことを想定していますので、必要に応じて各項目に携わる現場の状況もヒアリング等実施していただければと考えております。
2 「平成29年度高知家プロモーション事業委託業務 概要書」内、「【基本的な方向性】2.プロモーションの対象地域」についてご質問です。 当該資料には、「関東圏、関西圏をコアターゲットとして、全国を対象とする」と記載があり、年齢層等の記載は特段ございませんでしたが、もしご指定があればお聞きしたいと思います。	特段の年齢層等の設定はしておりませんが、インターネットアンケートで調査する対象は20代～60代の方となります。
3 外国人はプロモーション対象に入るか？	県産品の外商、観光、移住というゴールにつながる方々は対象に含まれます。ただし、コアターゲットではありません。
4 コンテンツ開発を目的に、各コミュニティや個人のご紹介は可能か？ (高知県が各所・各社をつなげる仲介して頂けるのか)	可能です。
5 年に数回ヤマを作るタイミングなどで メディア掲載だけでなく、広告出稿はありなのか？	選択肢に入ると考えています。
6 契約後の打合せは、地産外商会社の拠点である東京で実施することになるのか。	地産外商会社のプロモーションセクションは東京にオフィスがありますが、インターネット環境(skype等)を介した打合せも可能ですし、高知での県庁の担当セクションも含め柔軟に対応いたします。
7 提案書について、縦書き、または横書きの指定はあるのか。	どちらかの指定はありません。
8 2017年度に志国高知幕末維新博があり、それに向けた展開が別途ある観光分野については、高知家プロモーション活動としての優先度が低くなると理解して良いか。	本事業は、高知家のコンセプトに基づいた高知のブランディングを実現することで、県産品の外商、観光、移住の具体的な成果に繋げることを目指しています。県などにおいては観光や移住分野など各分野それぞれの独自の取り組みを行っていますが、だからといってその優先度が低くなるということではなく、例えば観光の志国高知幕末維新博に関連した分野で、地域において活躍する人や地域について、高知家らしいコンセプトで焦点を当てた情報発信を行うなど、本プロモーションと各分野の取り組みとが効果的に連動して成果につながることを狙っています。
9 ホームページについては、補足説明があった3月頃に公開されるという高知家サイト上でのキュレーション機能をベースに検討の方が良いか。	3月中に高知家ホームページの一部としてキュレーション機能を持ったページを公開する予定ですが、これは概要書にも記載している「蓄積・整理したい過去のコンテンツ」の一つとなります。今後できるだけ活用していきたいものは考えていますが、あくまでも1機能ですので、ホームページ全体のご提案は別にお考えください。