

●越谷市ブランドプロモーション業務委託企画提案選考会に関する質問内容及び回答

No	該当箇所	質問内容	回答
1	仕様書5	プロモーションで伝えたいメッセージは独自提案なのか既存のものを活用するのか。既存のものを活用する場合は該当するメッセージが知りたい。	現在策定しているブランドメッセージは市の魅力や特長を表したものを予定しています。
2	仕様書5	ブランドメッセージはどのようなものか、イベントの企画との連動を考えると、可能であれば提示いただきたい。また、メッセージはどのような形式か(テキストのみ、テキストロゴのみ、イラスト+テキストロゴなど)をご教示ください。	現在策定しているブランドメッセージは市の魅力や特長を表したものを予定しています。ブランドメッセージはロゴマークと180字程度のステートメントで構成されています。
3	仕様書5	ブランドメッセージの作成者／デザイナーはどなたでしょうか。	現在策定中のため、公表できません。
4	仕様書5	本事業で新たにブランドメッセージを策定するという意味でしょうか。	現在策定しているブランドメッセージは市の魅力や特長を表したものを予定しています。
5	仕様書6.(1)	仕様書6.(1)ブランドメッセージの広告宣伝について、過去に実施した媒体は何か。	本市では初めてブランドメッセージを策定します。市のプロモーション関連事業における広告宣伝実績には下記があります。 ・市内および首都圏におけるイベントの開催 ・イベントへのブース出展 ・SNS広告の掲載 ・SNSにおけるハッシュタグキャンペーンの実施 ・インフルエンサーの活用 ・沿線でのトレインビジョンの放映 ・市内および首都圏でのデジタルサイネージ広告掲載 ・本市近隣および首都圏基幹駅でのポスター・冊子の配架
6	仕様書6.(1).⑥	仕様書6.(1).⑥広告配信期間の「おおむね8週間」について、契約履行期間3月21日までに広告配信/掲載終了をするのか、成果品の実施報告書の提出が完了するのか。	契約期間である3月21日までにおいて、可能な限り長期間の広告配信等を含む提案をお願いします。
7	仕様書6.(1).⑦	仕様書6.(1).⑦広告宣伝の効果測定について、提案媒体はすべて効果検証ができるものに限られるか。	広告宣伝については、効果検証ができるものとします。なお、効果測定の内容は定量、定性を問わずご提案により判断します。
8	仕様書6.(2)	イベントで活用できる市保有の物品はあるか。	原則は委託事業者様にご用意いただきますが、市の備品等で用意可能なものは別途協議の上、対応いたします。
9	仕様書6.(3).①	令和6年3月発行の「越谷市シティプロモーションアクションプラン」における、m-GAPの調査概要の具体的な情報(サンプル数、調査対象者、調査項目等)が知りたい。	市内居住者957名へのWEBアンケート調査を行い、推奨意欲・参加意欲・感謝意欲についてそれぞれ11段階で測定しております。令和5年度調査時には、アクションプラン策定のためm-GAP以外の計18項目の調査を併せて行っております。なお、本市ではシティプロモーション事業の効果をm-GAPの測定で行うこととしています。m-GAP調査の回数や規模については提案により判断します。
10	仕様書6.(3).①	今回の調査内容は、令和6年3月発行の「越谷市シティプロモーションアクションプラン」のm-GAPの調査項目に合わせる必要はあるか。	m-GAPの調査に必要な、推奨意欲・参加意欲・感謝意欲の3項目を含む調査をしてください。
11	仕様書6.(3).①	m-GAPの調査について、どの程度の回答数を想定していますか。(令和5年11月の調査規模はどの程度だったか)	令和5年11月の調査時の回答数は957件です。本市ではシティプロモーション事業の効果をm-GAPの測定で行うこととしています。m-GAP調査の回数や規模については提案により判断します。
12	仕様書6.(3).①	m-GAPの調査について、アクションプラン内の記載を拝見すると、市内偏りなく調査を実施しているように見受けられますが、調査対象者の選定や回答依頼について、市からの協力はどの程度いただけますか。(対象者の指定有無、対象者の郵送先リスト提供有無、市報での協力者募集告知のみなど)	m-GAPは定住人口の地域との関わりの総量を表した数値です。調査の方法については提案によりますが、調査にあたり、市で協力可能な事項は別途協議の上、対応いたします。
13	仕様書6.(3).①	アンケートの実施対象は市民を対象とするか、市民以外も対象としているかご教示ください。	m-GAPは定住人口・関係人口の地域との関わりの総量を表した数値です。調査の方法については提案によります。
14	仕様書6.(3).①	m-GAP調査について、調査対象者は市内在住者のみでいいでしょうか。	m-GAPは定住人口・関係人口の地域との関わりの総量を表した数値です。調査の方法については提案によります。
15	仕様書6.(3).①	m-GAP調査について、令和5年11月に実施の調査結果と調査条件を教えてください。	調査結果については越谷市ホームページで公開している「越谷市シティプロモーションアクションプラン」のP12をご覧ください。令和5年度実施の調査条件は市内居住者957名へのWEBアンケート調査です。本市ではシティプロモーション事業の効果をm-GAPの測定で行うこととしています。m-GAP調査の回数や規模については提案により判断します。
16	仕様書6.(1).④	広告媒体へ掲出する際に必要になる加工は、いただくデータのリサイズのみの調整で考えているが相違ないでしょうか。	仕様書6.(1).④のとおり、目的に沿った発信となるよう媒体に使用するコンテンツ制作をお願いします。コンテンツ制作に係るロゴマーク等のデータについてはリサイズのみの提案でも問題ありません。
17	仕様書6.(2).①	イベントプロモーションの想定実施時期があれば教えてください。	2月中旬～3月上旬を想定しております。
18	仕様書6.(2).①	イベントプロモーションの実施時期について、ブランドメッセージの広告宣伝期間内の実施でも問題ないでしょうか。	問題ありません。
19	仕様書6.(2).③	イベントプロモーションについて、会場費がかかる場合や各管理者への使用申請等が発生する場合、公共の催事として会場費の減免等を受けられるよう主催者として協力いただけますか。	市が委託により行う事業ということを踏まえ、事業の実施に当たり市が協力可能な事項は対応します。