

●越谷市地域魅力創造事業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.(2).イ.(ア)	アンバサダーの選考に関して、若者世代・現役世代とありますが具体的な年齢制限は設定しますでしょうか	10代後半から50代までの男女を想定しています。 市内で遊び・学び・働く人々をターゲットにしています。
2	仕様書 5.(2).イ. (イ)、(ウ)	アンバサダー任命式、勉強会、交流会で市役所会議室等使用することは可能でしょうか。	使用可能です。 ただし、会議室の利用状況等により使用することができない場合もあります。
3	仕様書 5.(1).ア.(ア)、 5.(2).イ.(ア)	ワークショップ参加者やアンバサダーを募集する際に越谷市所有のSNSや広報誌は使用可能でしょうか。	使用可能です。 ただし、投稿や掲載の内容については委託事業者様と協議のうえ決定します。
4	仕様書 5.(1).ア.(ア)、 5.(2).イ.(ア)	ワークショップの開催、アンバサダーの公募に関しては貴市シティプロモーションサイトなどを利用することはできるのか。	利用可能です。 ただし、投稿や掲載の内容については委託事業者様と協議のうえ決定します。
5	仕様書 5.(1).ア.(ア)	2回のワークショップの15名はそれぞれ募集を行うのか。また、15名の参加者の中にアンバサダーを含めてもいいのか。	ワークショップの募集は各回ごとに行い、すべての回に参加することが可能。また、アンバサダーに任命した方がワークショップに参加することも可能な形を想定しています。
6	仕様書 4、5	シティプロモーションアクションプランp13に「特に地域感謝量がマイナス値」とありますが、値だけを見ると、推奨量・参加量のマイナス値のほうが大きいように見受けられます。 これは、単純に値の大きさではなく、通常に比べ感謝量のマイナス値が大きいという認識で合っておりますでしょうか？ その認識の通りであれば、推奨量・参加量・感謝量の中でも感謝量の項目に一番課題感があると受け取ってよろしいでしょうか？	「地域感謝量がマイナス値」については、本市の特徴のひとつと指摘があり、重要な課題と認識しています。本市の特徴を考慮したうえでm-GAPの全体的な数値の上昇を図ることを越谷市シティプロモーションアクションプランに記載しています。
7	仕様書 5.(3)	提案内容に合わせた指標で目標設定・提案する前提ですが、参考までに、現時点で越谷市として想定している目標値などはありますか？ シティプロモーションアクションプラン内のKGI目標値(令和12年度):80.0%に対して、本件業務内における想定KPIがあればご教示いただきたいです。 また、一昨年において、本件の目的と類似する施策の内容・結果があれば開示できる範囲でご教示ください。	広告宣伝については、効果検証ができるものを想定しています。 また、効果測定の内容は定量、定性を問わず提案により判断します。 なお、昨年度実施したブランドプロモーション事業においては、ブランドメッセージ「水遊都市KOSHIGAYA」をPRする内容の交通広告、WEB広告を実施しました。
8	仕様書 5.(3)	「(2)の事業の成果物等を有効的に活用すること」とありますが、成果物ではなく、(2)のアンバサダーの選考段階をコンテンツとしてプロモーションに活用することは不可ではないでしょうか？	アンバサダーの選考内容をコンテンツとして活用することは可能です。