

○プロポーザル回答一覧

項目	質問内容	回答	回答日
仕様書 2	本業務の目的として「誘客の拡大」と「移住・定住の促進」の二つが掲げられていますが、両者の優先順位や比重に関する市の方針はございますでしょうか。	優先順位や固定的な比重は設けておりません。デジタルマーケティングを通じて本市の認知度・魅力を高め、特設サイトへの送客から「誘客」ひいては「移住・定住」へとシームレスに繋げる一体的なプロモーション設計を求めているため、両施策を効果的に連動させる比重バランスを各事業者からご提案ください。	6月2日
仕様書 5(1)①	【移住定住の促進係るターゲット設定の考え方】で「都市圏における若年層・ファミリー層」と記載がございますが、都市圏の定義は三大都市圏や福岡などを指しますでしょうか？ それとも、宮崎県内の都市部にあたる宮崎市なども指す認識でしょうか？	主たる対象としては、三大都市圏（首都圏、中京圏、近畿圏）や福岡県などの広域的な都市圏を想定しています。ただし、宮崎県内の都市部（宮崎市等）からのUターン・Iターン層をターゲットに含める妥当性や効果的なアプローチがある場合は、仕様書5(1)①「ターゲットの設定」に基づき、客観的な根拠とともに提案に含めることは差し支えありません。	6月2日
仕様書 5(1)④	本業務における効果測定指標および目標値を適切に設定するため、以下のデータのご提供をいただくことは可能でしょうか。・移住相談窓口への相談件数（直近3年間の実績）・特設サイト（sachi-nichinan.jp）の現状アクセス数（月間PV・セッション数）・移住ポータルサイト「やさしい移住」（nichinan-iju.jp）への相談申込み件数（直近3年間の実績）	受託候補者選定後、秘密保持を含む適切な契約手続きを完了した上で、業務遂行に必要な範囲において速やかに共有・提供いたします。プロポーザル提案にあたっては、日南市公式WEBサイト等で公表している客観的資料に基づき、事業者様の知見を活かした分析・提案を行ってください。 なお、現時点で過去実績値の把握が困難な指標については、具体的な目標数値そのものだけでなく、その数値を導き出すための「算出口ジック」や「シミュレーションの考え方」について、仕様書5(1)④に基づき妥当性のある根拠を提案してください。	6月2日
仕様書 5(2)③	広告流入先LPを特設サイト「sachi-nichinan.jp」とする旨の記載がありますが、本業務において当該サイトのCMS編集権限は受託者に付与されますでしょうか	受託者には仕様書5(2)③に基づくデザイン改修や新規ページ（サンクスページ等）の追加に必要なCMS（WordPress）の管理画面アカウント権限を付与します。ただし、サーバーアクセス権（FTP/SSH等）の付与は原則行いません。サイト全体の保守管理・セキュリティ体制維持の観点から、実際の作業環境の提供時期や作業範囲等については、本市および特設サイト管理保守業者との協議の上で決定します。	6月2日
実施要領 8(4)	副本については、社名なしでしょうか。また、提案時（プレゼン時）には社名を伏せての提案となりますでしょうか。	本プロポーザルにおいては、書類審査およびプレゼンテーション審査の全過程において、社名を伏せる必要はありません（正本・副本ともに通常通り事業者名等を記載して提出・発表してください）。	6月2日
仕様書 5(2)①	ウェブ媒体の広告手法について、使用可能なSNSの既存アカウントがあればご教示いただけますでしょうか。（YouTube、インスタグラム、LINE、Xなど）	本市において既に運用している公式SNSは、LINE（ https://page.line.me/sey1746f ）、Instagram（ https://www.instagram.com/suki_nichinan_city/ ）、Facebook（ https://www.facebook.com/nichinancity/ ）があります。これらの具体的な活用可能範囲については、受託候補者選定後に協議の上、決定します。 ただし、本業務で想定される活用方法（仕様）によっては、セキュリティポリシーや運用の制約上、既存アカウントの直接的な活用（権限付与等）が困難な場合もあります。したがって、既存アカウントが活用できない可能性（事業者様側で新規に広告配信用のページやアカウントを構築・運用する等）も想定したプロモーション手法や運用体制を、企画提案書に含めてご提案ください。	6月2日
仕様書 5(2)③	(2)③に記載のLPと、(3)②のウェブ投稿型キャンペーンの実施「応募用LPの構築」は、同一のもという認識でしょうか。	仕様書5(2)③に記載の広告流入先LPと、5(3)②に記載のフォトキャンペーン用「応募用LP」は、目的やシステム上の機能が異なるため、それぞれ個別のページとして企画・構築するものとして整理してください。 なお、「応募用LPの構築」にあたっては、ユーザーの回遊性を考慮し、既存の特設サイト（sachi-nichinan.jp）内またはその配下に連動したコンテンツとして構築・運用することを想定していますが、写真の投稿・管理機能やシステム上の合理性がある場合は、仕様書5(3)②の範囲内において、受託者が用意する外部キャンペーンツールや別ドメインの専用ページとして新規に構築・運用する提案であっても差し支えありません。	6月2日

項目	質問内容	回答	回答日
仕様書 5(2)③	「最終的なアクションへの誘導」について、LP から直接外部サイト等への遷移を促したいという認識でしょうか。	アクションの誘導先については、特設サイト内での完結（相談申込、クーポン取得等）のほか、利便性向上のために必要であれば、適切な外部サイト（例：移住ポータルサイト「やさしい移住」等）への遷移を促す設計でも差し支えありません。ただし、外部サイトへ遷移させる導線設計とする場合であっても、仕様書5(2)③及び④に基づき、最終的なアクションの成否（CV数等）を正確に把握・成果計測できる仕組み（外部サイト側へのタグ設置や、適切なサンクスページへの誘導設計など）を併せて企画提案書にて示してください。	6月2日
仕様書 5(2)	広告クリエイティブの「掲載先」：仕様書の納品物「SNS・WEB用ショート編集動画 5本以上」は、市の所有素材として納品するのみ、それとも広告配信／SNS投稿まで含まれますでしょうか。	本市への所有素材としての納品（仕様書8④）を求めると同時に、仕様書5(2)①及び②に基づき「WEB媒体を活用したプロモーション（広告配信）」における広告クリエイティブ（実際の運用・有料広告配信）としての活用も含まれます。ただし、制作した動画を仕様書5(2)の広告運用の中でどのように配分・活用（選定）するかは、提案されるプロモーション計画に基づきます。なお、市公式SNSアカウントにおける日々の通常投稿（オーガニック運用）の代行業務は本業務には含まれません。	6月2日
仕様書 5(2)	オーガニックSNS運用：本業務に SNS公式アカウント（市の総合政策課としての）新規開設・運用は含まれますでしょうか。	本業務において、一般公開向けの「総合政策課の公式SNSアカウント」を新規に開設し、そのオーガニック運用（日々の通常投稿代行等）を求める業務は含まれておりません。ただし、仕様書5(2)①「広告の運用」を実施するにあたり、既存アカウントの活用が困難な場合等において、有料広告の配信に不可欠な広告配信用アカウントや広告用ページ等の新規開設・設定・管理（一般向けの通常投稿を行わないもの）を行うことは、本業務の範囲（委託料に含む）となります。	6月2日
仕様書 5(2)	既存アクセス分析データ：特設サイトの過去アクセス解析（GA4等）データを共有可能でしょうか。	受託候補者選定後、秘密保持を含む適切な契約手続きを完了した上で、業務遂行に必要な範囲において（GA4の閲覧権限付与やデータ抽出等について本市及び特設サイト管理保守業者にて調整の上）共有・提供いたします。プロポーザル提案にあたっては、日南市公式WEBサイト等で公表している客観的資料に基づき、事業者様の知見を活かした分析・提案を行ってください。	6月2日
仕様書 5(2)	総合政策課で所有している撮影済の画像データ（風景、雑感、施設など）は本業務でも再活用可能でしょうか。	再活用可能です。仕様書5(2)②「広告クリエイティブの制作」に記載の通り、委託者が所有する動画及び画像を使用・編集していただくことができます。なお、所有データの具体的なリスト開示や、実際の提供・使用にあたっては、受託候補者選定後に協議の上で決定します。	6月2日
仕様書 5(1)	市が既に把握している 観光・移住の統計データ（観光入込客数、移住相談件数等）の共有は可能でしょうか。	本市が保有する各種統計実績データ（非公開情報等を含む）については、受託候補者選定後、秘密保持を含む適切な契約手続きを完了した上で、業務遂行に必要な範囲において速やかに共有・提供いたします。プロポーザル提案にあたっては、日南市公式WEBサイトや、国・県が公表している客観的な統計情報（RESAS、観光庁の宿泊旅行統計、宮崎県の移動人口統計など）に基づき、事業者様の知見を活かした分析・提案を行ってください。	6月2日
仕様書 5(2)	市役所側で既に契約済の広告配信プラットフォーム／位置情報広告ベンダーはございますでしょうか	本業務において、市として事前に契約している、あるいは受託者に指定する特定の広告配信プラットフォームや位置情報広告ベンダーはありません。仕様書5(1)④の「来訪者の計測手法」および5(2)①の「広告の運用」を最も効果的かつ効率的に達成できると考えるプラットフォームやベンダーの組み合わせを、事業者様の知見を活かして自由にご提案ください。	6月2日
	来訪者計測に関し、市側で アンケート調査や統計データの提供は可能でしょうか。	本市が既存で保有している住民向け等の統計データで共有可能なものは受託候補者選定後に提供いたします。ただし、本業務のプロモーション効果を測定するための「来訪者計測」そのもの手法、システム構築、及びデータ収集（新規にアンケート調査や現地調査等を実施する場合の費用や実務一式を含む）については、仕様書5(1)④に基づき、予算上限（1,400万円）の範囲内で効果的な手法を事業者側からご提案・執行してください。	6月2日
仕様書 5(1)④	「目標値の根拠」は、受託者側で定めて提案する想定でよいでしょうか（＝市側で必達目標は設定されていますでしょうか）	本市側で一律に定めた具体的な「必達目標数値（数量）」は設定しておりません。ただし、仕様書5(1)④に基づき、「実際に本市へ来訪行動に至った人数」を目標項目の1つとして設定すること、およびその計測手法を提案することは必須要件となります。プロポーザル提案にあたっては、公表されている各種統計情報等に基づき、上記必須項目を含む適切な目標項目および妥当性のある目標数値を、事業者様の知見から算出してご提案ください。	6月2日

項目	質問内容	回答	回答日
仕様書 5(3)①	<p>仕様書「カメラマンの選定にあたっては、原則として 機動的な対応が可能な 宮崎県内の人材を起用すること」と記載があります。体制設計とコスト見積りに大きく影響するため、明確化を依頼したく、ご質問させていただきます。</p> <p>- (a) スチール・動画・ドローンを含む すべての撮影担当者が宮崎県内人材である必要がありますでしょうか。</p> <p>- (b) メイン担当（撮影監督・主担当カメラマン）が宮崎県内人材であれば、サブカメラマン・編集者・ドローン操縦士などは県外人材を起用しても差し支えないでしょうか。</p> <p>- (c) 「原則」の例外（＝県外人材OK）はどのようなケースを想定していますでしょうか。</p>	<p>スチール・動画・ドローンを含むすべての撮影・編集業務において、天候不順等による急な日程変更等の「機動的な対応」を確実に担保するため、原則として仕様書5(3)①に記載の通りの人材起用を強く求めます。各設問への回答は以下の通りです。</p> <p>(a) について 原則として、すべての撮影担当者が条件を満たす人材であることを求めます。</p> <p>(b) について メイン担当（監督・主担当カメラマン）が県内人材であり、かつ急なスケジュール変更等の機動的な対応体制が組織として完全に担保されている場合に限り、一部のサブカメラマンや編集等において県外人材を組み合わせる提案は差し支えありません。</p> <p>(c) について 県外人材を中心に構成する等の例外を提案する場合は、不測の事態における機動性をどのように補完するかについて、仕様書6に基づき、体制図等で合理的かつ具体的な根拠を示してください。</p> <p>なお、(b)及び(c)において県外人材を起用・変更することに伴う旅費交通費、宿泊費、及び日程変更（リスケジュール）等により生じる一切の追加費用は、すべて仕様書4及び実施要領2(5)に基づき、予算上限（1,400万円）の範囲内（受託者負担）に含めるものとします。</p>	6月2日
仕様書 5(2)③	<p>【既存サイト（特設サイト）のシステム環境について】 CMS（WordPress など）は何が導入されていますでしょうか。</p>	<p>WordPressが導入されています。</p> <p>なお、当該サイトの保守・管理は市が指定する別事業者が行っているため、受託後のデザイン改修やページ追加にあたっては、CMSの管理画面から操作可能な範囲での対応（サーバーアクセス権の付与は原則なし）となります。</p> <p>実際の作業権限やシステム上の制限等の詳細については、関連する他の質問の回答（アカウント権限やコードアップロードに関する回答等）を必ず一読の上、既存環境を前提とした実現可能なプランをご提案ください。</p>	6月2日
仕様書 5(2)③	<p>【既存サイト（特設サイト）のシステム環境について】 受託後に、デザイン改修や新規ページ（サンクスページ含む）を追加するためのCMSの管理画面アカウントやFTP/SSHなどのアクセス権はご提供可能ですでしょうか。</p>	<p>仕様書5(2)③に基づく新規ページ追加等に必要の、CMS（WordPress）の管理画面アカウント権限は付与します。ただし、サーバーの保守・管理は本市が指定する別事業者が行っているため、安全システムおよびセキュリティ体制維持の観点から、FTP/SSH等の直接的なサーバーアクセス権の付与は原則行いません。したがって、受託後のデザイン改修やページ追加等の実作業は、CMSの管理画面から操作可能な範囲で実施していただけます。なお、自社制作したソースコードの反映方法や具体的な作業手順等の詳細については、受託候補者選定後に、本市および特設サイト管理保守業者との協議・調整の上で決定するものとします。</p>	6月2日
仕様書 5(2)③	<p>【既存サイト（特設サイト）のシステム環境について】 既存サイトのサーバー保守・管理は、日南市の別の事業者様がいらっしゃいますでしょうか。（その場合、自社で制作したソースコードのアップロード手順や制限はございますでしょうか。）</p>	<p>サーバー保守・管理は別の事業者が行っています。</p> <p>なお、関連する質問の回答の通り、サイト全体のセキュリティおよび安全性の観点から、FTP/SSH等の直接的なサーバーアクセス権の付与は原則行いません。</p> <p>自社で制作したソースコードの反映（アップロード）手順やシステム上の制限等の詳細仕様については、上記（管理画面から操作可能な範囲での対応、あるいは保守業者を介した反映等）を前提とした上で、受託候補者選定後に本市および特設サイト保守事業者と調整・協議を行うものとします。</p>	6月2日
仕様書 5(2)③	<p>【既存「特設サイト」の現在の状況と数値について】 広告の流入先となる既存の特設サイトについて、現在の月間アクセス数（PV/UU）や、主な流入元などのコンバージョン（相談申込やクーポン取得など）の仕組みはそのまま利用可能でしょうか。もしくは受託者が新規にシステムを構築・実装する必要がありますでしょうか。</p>	<p>現在の相談申込フォーム等の既存の仕組みは、そのまま利用可能です。本業務において、外部の独立したシステムをゼロから新規に構築（開発）することを必須要件とはしていません。ただし、仕様書5(2)③「最適なランディングページ及びサンクスページの制作」に基づき、最終的なアクションへの誘導を効果的に最大化するための「導線設計の最適化」や、広告の効果検証を行うための「適切なサンクスページの設計・改修」、および必要な計測タグの設置等については、既存の仕組みやサイト環境を活用した上での具体的な提案・実施を求めています。</p> <p>なお、現在の詳細なアクセス解析数値等の非公開データについては、関連する他の質問の回答の通り、受託候補者選定後に適切な契約手続きを完了した上で共有いたします。</p>	6月2日

項目	質問内容	回答	回答日
仕様書 5(2)③	【ランディングページの内容について】 広告の流入先となるランディングページ内に掲載されたい内容のご想定はありますでしょうか。	掲載内容についての本市からの固定的・具体的な指定はありません。流入先LPは既存の「特設サイト (sachi-nichinan.jp)」を活用するため、掲載する具体的なコンテンツ (本市の魅力や情報等) のベースは、当該特設サイトや公式HP等に掲載されている各種情報を想定しています。(実際の制作にあたっては、本市が保有する既存のパンフレットやテキストデータ、画像等の素材を受託後に提供・再活用することが可能です。) 提案にあたっては、仕様書5(2)③に基づき、ターゲットの離脱を抑え、最終的なアクション (相談申込やクーポン取得等) へ効果的に誘導するために、これら既存のコンテンツ情報と、仕様書5(3)①で新規に撮影・制作するビジュアル素材やキャッチコピーをどのように組み合わせ、最適に配置 (構成) すべきか、事業者様の知見を活かした具体的なLPの構成案・デザインコンセプトをご提案ください。	6月2日
仕様書 5(2)③	【成果計測タグの設置について】 広告の成果計測 (CV タグやGA4 などの設定) のために、特設サイトやサンクスページに自由にタグを埋め込むことは可能でしょうか。	広告の効果検証 (CV数等の計測) に必要な成果計測タグ (GA4、各種広告コンバージョンタグ等) の埋め込みは可能です。ただし、サイト全体のセキュリティおよび保守管理の観点から、受託者が「自由 (直接ソースコードを編集等)」に設置することはできません。実際の設置にあたっては、受託候補者選定後に、本市および特設サイト保守事業者の確認・連携のもと、Googleタグマネージャー (GTM) 等の活用、あるいは保守業者を介したスクリプト設置など、安全かつ適切な方法で実施していただきます。	6月2日
仕様書 5(2)④	【来訪者計測の定義とデータ費用について】 「来訪者の計測手法」について、GPS などの人流位置情報データ (位置情報ビッグデータ) の購入・分析費用は、委託料 (1,400 万円) に含める想定でしょうか。あるいは、現地でのデジタルクーポン引き換えや、特設サイトからの申込フォーム、アンケート回収など、特定のアクションをもって「来訪」とみなすなど、ご想定した計測定義や基準はありますでしょうか	本業務における「来訪」の定義は、仕様書5(1)④に基づき、「実際に日南市へ物理的に足を運んだ (来訪した) 行動」を指します。したがって、特設サイトからの申込フォームへの入力など、WEB上・オンラインのみで完結するアクション単体を「来訪 (人数)」と定義することは認められません。ただし、実際の物理的な来訪を計測するための「手段・手法」として、GPS等の位置情報データの活用、現地でのデジタルクーポン引き換え、現地でのアンケート回収などを事業者様の知見で組み合わせる、あるいは独自の計測ロジックを構築して提案いただくことは差し支えありません。なお、これら来訪者計測・データ収集の実施に必要な一切の費用 (GPS等の位置情報データの購入・分析費用、アンケート実施・回収費用、クーポンインセンティブ原資やシステム利用料など) は、すべて仕様書4及び実施要領2(5)に基づき、予算上限 (1,400万円) の範囲内 (受託者負担) に含めるものと、本市が別途費用を負担することはありません。	6月2日
仕様書 5(3)①	【プロカメラマン撮影における「モデル・ロケ地」の負担について】 撮影における「モデル (ファミリー層など) の手配・出演料」「市内の施設・店舗などの撮影許可・仕様料」「市が所有していない物品 (衣装や小道具など) の調達費用」は、受託者の負担 (委託料に含む) でしょうか。また、撮影候補地や協力市民 (地域活動の風景など) の選定・コーディネートにおいて、貴市からのサポートや紹介は受けられますでしょうか。	仕様書9(2)に記載の通り、モデル手配・出演料、民間施設等の使用料、および衣装や小道具等の調達費用が発生する場合は、すべて受託者の負担 (委託料に含む) となります。一方で、本市が直接管理する公共施設等の使用料は原則として免除 (または本市負担) とします。また、これら公共施設等の撮影許可手続き、および撮影候補地や協力市民 (地域活動団体等) への橋渡し・調整等の行政的な協力については、本市が全面的にサポートを行います。ただし、実際のロケハン、各所へのアポイントメント、当日の撮影進行、及び安全管理等の最終責任はすべて仕様書6に基づき受託者に帰属します。	6月2日
仕様書 5(3)②	【フォトキャンペーン用LP のドメインについて】 キャンペーン用LP も既存の特設サイト (sachinichinan.jp) 内に構築するべきでしょうか。あるいは、受託者が用意する外部ツールや別ドメインの特設サイトとして構築してもよいでしょうか。	原則として、既存の特設サイト (sachi-nichinan.jp) の配下等に構築・運用することを想定しております。 ただし、写真の投稿・管理機能における仕様上の制限や、優れた機能を持つ外部キャンペーンツールの活用など、システム・運用上の合理的な理由がある場合は、別ドメインでの構築提案であっても差し支えありません。 なお、別ドメインや外部ツールを採用する場合であっても、それらに要する一切の費用 (ドメイン取得・維持費用、ツール利用料等) は、予算上限 (1,400万円) の範囲内 (受託者負担) に含めるものとします。また、本業務終了後 (契約期間満了後) におけるドメインの廃止・第三者による不正取得を防ぐための安全な閉鎖処理、及び応募データの集計・本市への引き渡し等の一連の実務についても、受託者の責任と負担において適切に実施することを条件とします。	6月2日
仕様書 5(3)②	【フォトキャンペーンの賞品の予算規模について】 フォトキャンペーンにおける「賞品 (日南市特産品等)」について、1 回あたり、または年間での予算規模やご想定した当選者数 (例: 1 回につき○名に○円相当など) の目安はありますでしょうか。あるいは賞品予算も含めての提案となりますでしょうか。	賞品 (特産品等) の予算規模、当選者数、および具体的な品目の選定については、賞品費用も含めて予算上限 (1,400万円) の範囲内で、事業者様の知見を活かして効果的なバランスをご提案ください。 なお、仕様書9(2)の通り、賞品の選定・調達 (購入実費) だけでなく、当選者への通知、賞品の梱包・発送作業、及びそれに伴う送料 (配送費) 等のキャンペーン運営に関わる一切の実務・経費についても、すべて受託者の負担および業務範囲 (委託料に含む) となります。	6月2日

項目	質問内容	回答	回答日
仕様書 5(3)②	<p>【フォトキャンペーンのプロモーションについて】 フォトキャンペーンのプロモーションについて、告知の一環としてポスター・チラシ制作を行った場合、制作および発送費は受託者負担となりますでしょうか。また掲示させていただく施設等のリストはございますでしょうか。</p>	<p>キャンペーンの周知を目的として、事業者様側の提案に基づきポスター・チラシ等を作成する場合、それらに係る企画・デザイン（制作）、印刷、および各所への発送（配送）に要する一切の費用は、予算上限（1,400万円）の範囲内（受託者負担）となります。 なお、具体的なポスター等の掲示先（設置場所）のリストは現時点では公表していませんが、受託候補者選定後に本市と受託者で協議の上、効果的な場所を決定します。 その際、市関連施設や関係機関等への設置協力・調整といった行政的な働きかけについては本市がサポートを行います。ただし、各施設への実際の配送手配、搬入、および設置・掲示に関わる実務や責任はすべて受託者に帰属します。</p>	6月2日
仕様書 8④	<p>【動画・写真データの納品方法とスペックについて】 成果物である「編集前のRAW またはログ動画素材一式」について、納品時のデータ容量が非常に大きくなるのが予想されますが、納品媒体（外付けHDD や SSD など）の費用は委託料に含めるべきでしょうか。また、ログ動画のカラーサイエンス（Log の種類）や写真データの解像度などに指定はありますでしょうか。</p>	<p>納品用の外付けHDDやSSD等の物理媒体の費用は、すべて仕様書4に基づき、予算上限（1,400万円）の範囲内（受託者負担）に含めてください。</p> <p>ログ動画の種類や写真の解像度について一律の技術指定は行いませんが、仕様書8④に基づき、今後の多角的な二次利用（高画質なパンフレット等の印刷物や、大型モニター・4Kシアター等への投影）に十分耐えうる、商用クオリティ（4K以上のRAW/Log動画、2,000万画素以上を目安とするRAWおよび最高画質JPEG写真等）での納品を想定しています。 なお、編集前のRAW/Log動画素材を納品するにあたっては、本市における将来の円滑な二次利用およびデータ管理のため、以下の対応を必須条件とします。</p> <p>① 各動画ファイルに対応する、色補正済みの内容確認用プレビュー動画（軽量のMP4等）を併せて格納すること。 ② 撮影時に使用したカラープロファイルや、標準的な色味を再現するためのLUT（ルックアップテーブル）等の設定データを必ず同梱すること。</p>	6月2日
仕様書 8④	<p>【写真データについて】 写真データ150枚以上の撮影場所や撮影対象について、ご想定はありますでしょうか。もしくはリサーチが必要でしょうか。</p>	<p>本市からの固定的な内訳（撮影場所・対象）の指定はありません。仕様書5(3)①に基づき、設定したターゲットやプロモーション計画（時節ごとの展開等）と連動し、本市の魅力を最大限に発掘・表現できる最適な組み合わせをご提案ください。 なお、提案に必要な事前の撮影場所のリサーチやコンテンツ構成案の作成はもちろんのこと、受託後における具体的なロケハン（下見）、民間撮影対象への交渉・アポイントメント等の実務、およびそれに伴う一切の経費についても、予算上限（1,400万円）の範囲内で受託者の責任と負担において実施していただきます。 ※ただし、撮影候補地の選定にあたり、本市から既存の観光素材・地域情報等のリスト提供や、行政的なアプローチが必要な施設等への橋渡しなどの協力は行います。</p>	6月2日
仕様書 8④	<p>【SNS・WEB 用ショート編集動画データについて】 SNS・WEB 用ショート編集動画データ5本以上の内容につきまして、内訳（例：観光3本、移住定住2本など）のご想定はありますでしょうか。</p>	<p>本市からの固定的な内訳（テーマごとの本数等）の指定はありません。 本業務全体のプロモーション計画において、設定したターゲットに最も響くと考える内訳・構成をご提案ください。 なお、提案にあたっては、動画のテーマ（観光、移住、特定のスポット等）の切り口だけでなく、仕様書5(2)④の広告配信プラットフォームの特性（Instagram、YouTube等）に最適化した動画フォーマット（縦型・横型、あるいは秒数違い等のバリエーション）の配分も含め、成果を最大化するための具体的な構成案・制作意図を企画提案書に明記してください。</p>	6月2日

項目	質問内容	回答	回答日
仕様書 5	日南市にて既に運用している公式SNSアカウントやWEB媒体（例：シティブロモーションサイト等）の有無、および本業務で活用可能な範囲をご教示ください。	<p>本業務に関連する、本市が既に運用している公式SNSおよびWEB媒体は以下の通りです。</p> <p>1. 公式SNSアカウント LINE (https://page.line.me/sey1746f) Instagram (https://www.instagram.com/suki_nichinan_city/) Facebook (https://www.facebook.com/nichinancity/)</p> <p>2. WEB媒体 日南市シティブロモーション特設サイト (https://sachi-nichinan.jp/)</p> <p>【本業務での使用（活用）可能範囲について】 これら既存アカウントや特設サイトの具体的な活用可能範囲については、受託候補者選定後に本市および管理保守業者等と協議の上、決定します。</p> <p>ただし、関連する他の質問の回答の通り、セキュリティポリシーや安全管理上の制約（SNSアカウントのルート権限共有の不可、特設サイトへのFTP/SSHアクセス権の付与なし等）により、事業者様が求める活用範囲（直接的な操作等）に対応できない場合があります。したがって、既存のアセットが活用できない可能性（事業者様側での新規広告用ページ・アカウントの構築・運用等）も想定した、代替案や柔軟な展開手法について、企画提案書に含めてご提案ください。</p>	6月2日
仕様書 5(1)①	「誘客の拡大」とは、観光客の誘客という認識でよろしいでしょうか？ また誘客と移住促進のどちらを重視すべきか、また想定比重についての考え方・優先順位をご教示ください。	「誘客の拡大」は主に観光客および関係人口の誘客を指します。優先順位や固定的な比重は設けておりません。デジタルマーケティングを通じて本市の認知度・魅力を高め、特設サイトへの送客から「誘客」については「移住・定住」へと繋げる一体的なプロモーション設計を求めているため、両施策を効果的に連動させる比重バランスを各事業者からご提案ください。	6月2日
仕様書 5(1)①	ターゲット設定にあたり「国及び県の統計情報等を活用」とありますが、想定されている具体的なデータがあればご教示ください。	市が具体的に指定する特定のデータはありません。RESAS（地域経済分析システム）、観光庁の宿泊旅行統計、宮崎県が公表している移動人口統計など、提案の根拠として客観的かつ妥当であると考えられる統計情報を自由に活用・選択して分析してください。	6月2日
仕様書 5(1)③	広告配信・キャンペーンで、最低限想定すべきプロモーション実施期間があればご教示ください。	本市側で一律に定めた最低実施期間の指定はありませんが、事業期間（令和9年3月31日まで）の中で成果を最大化できる現実的なタイムラインをご提案ください。 提案にあたっては、単に広告の配信期間を長く見せるのではなく、仕様書に基づく「撮影の実施」「特設サイトの改修やタグ設置（保守業者等との調整期間含む）」「キャンペーンのシステム構築」などに要する【前準備の期間】を現実的に見込んだ上で、広告配信後に効果検証とチューニングを複数回実施できる【PDCAの運用期間】、および年度末の【成果報告・撤収期間】をバランスよく組み込んだ年間スケジュール（進行管理計画）としてください。	6月2日
仕様書 5(2)③	広告流入後の行動として「クーポン取得等」が例示されていますが、もし実施する場合クーポン原資は本業務委託費に含めて計上する想定か、別予算として整理されるのかご教示ください	デジタルクーポン等の施策を提案する場合、その原資やシステム利用料等を本業務委託料（1,400万円以内）に含めて計上することを原則とします。 ただし、事業者様の知見により、本市が現在実施（または公表）している既存の他施策や既存の枠組みとの「連携・連動」を想定した提案を行うことは差し支えありません。 なお、その場合であっても、本業務のために本市が新規に別予算（クーポン原資等）を確保・提供することは一切ありません。既存施策とどのように連動させるかという【具体的かつ実現可能な連携スキーム】を企画提案書で明記するとともに、万が一、受託後に他施策との調整が不調となった場合でも、予算上限（1,400万円）の範囲内で実施可能な「代替案（Bプラン）」を必ず併せてご提案ください。	6月2日
仕様書 9(4)	運用手数料については「SNS広告実費の15%以内」として記載されていますが、本事業全体（コンテンツ制作）に対する手数料ではなく、広告運用に限定された手数料という理解で問題ないかご教示ください。	ご認識の通りです。コンテンツ制作費や戦略立案費、企画・分析・報告等の業務全体に対する手数料ではなく、純広告費（SNS広告実費）に対する運用代行手数料の割合（15%以内）を指します。	6月2日
仕様書 5(1)①	移住定住をおこなった方々の属性や目的など、UIターン情報HP内の「移住者の声」以外にデータはございますでしょうか？	プロポーザル提案にあたっては、UIターン情報HP内の「移住者の声」や、関連する質問の回答で示した国及び県の各種統計情報等（RESASや移動人口統計など）から読み取れる傾向に基づき、事業者様の知見からターゲットの属性や目的の仮説を構築してご提案ください。 なお、本市が内部で保有している移住関連のアンケート集計結果や属性データ等の非公開情報につきましては、受託候補者選定後、秘密保持を含む適切な契約手続きを完了した上で、個人が特定されない範囲に加工したものを業務遂行に必要な範囲において提供・共有いたします。（受託後に、これらのデータを用いてターゲット設定やプロモーション計画をより精緻にブラッシュアップしていただく想定です。）	6月2日

項目	質問内容	回答	回答日
仕様書 5(3)②	<p>WEB投稿型フォトキャンペーンについて、現在のHPに掲載されている画像のように、市民・観光客の顔が映らない方がいいなどございますでしょうか？</p>	<p>顔の有無に関する制限や条件は一切ありません。仕様書5(3)②に記載の通り「利用者目線のリアルな魅力が伝わる素材」を広く募集するため、人物の生き生きとした表情が写っている作品も大歓迎です。ただし、入賞作品等の二次利用にあたり、第三者の肖像権や著作権等の権利侵害（例：他人の無断撮影、他人の著作物の映り込み、ネット等からの無断転載など）が発生しないよう、以下の対応を受託者の責任と負担において確実に執行できるキャンペーン設計・運用としてください。</p> <p>① 応募規約・募集要領における包括的な同意条項の適切な設計 ② 審査・選定段階における、不適切な写り込みや規約違反等の有無に関する厳格な目視確認（スクリーニング実務） ③ 万一、事業実施中および終了後に第三者から権利侵害等の申し立てやトラブルが発生した場合における、受託者の責任による苦情対応および迅速な解決</p>	6月2日
仕様書 2	<p>ターゲット選定に関しまして、観光面と移住定住面の課題感の比重がもしございましたらご教示いただきたいです。</p>	<p>双方ともに本市の持続可能な地域社会の維持に向けた重要課題であり、観光面と移住定住面のどちらか一方のみを優先するような固定的な比重は設けていません。</p> <p>本市が期待しているのは、観光面の課題（認知拡大や来訪行動の促進）と、移住定住面の課題（関係人口の創出や最終的なアクションへの誘導）を個別に捉えるのではなく、デジタルプロモーションを通じてこれらを効果的に連動・循環させ、双方の課題を一体的に解決する戦略です。</p> <p>プロポーザル提案にあたっては、各種統計情報等から本市の現状を分析・考察いただいた上で、「観光・関係人口としての誘客」を起点に、いかに「移住定住」への関心を高めていくかという、双方の課題をシナジー（相乗効果）によってブレイクスルーする、事業者様独自の高精度な戦略をご提案ください。</p>	6月2日