

福知山市 PR 力強化業務委託
公募型プロポーザルにおける質疑回答

令和 6 年 4 月 15 日 回答

番号	質問	回答
1	過年度の PR 活動の成果に関して、地方テレビ、全国ネットのテレビ、地方紙、全国版の新聞、WEB のそれぞれの広告換算額の実績および件数を教えてください。	<p>令和 5 年度の本業務における、福知山市と受託者のプレスリリース・取材案内状配信、メディアアプローチにおける露出件数および広告換算額は以下のとおりです。</p> <p>地方テレビ=18 件 約 4650 万円 全国ネットのテレビ=4 件 約 2150 万円 地方紙（京都府内）=31 件 約 7330 万円 地方紙（京都府外）=31 件 約 1 億 730 万円 全国紙 地方版（京都府内）=38 件 約 3440 万円 全国紙（京都府外の面に掲載）=5 件 約 6180 万円 スポーツ紙=25 件 約 1770 万円 専門・業界紙=20 件 約 3360 万円 WEB=1732 件 約 10 億 5090 万円 ※転載含む</p>
2	仕様書 P.5「11 その他 (3) スケジュール概要」の「随時 必要に応じての打合せや現地調査の実施」に関して、昨年実績ベースでの、打合せ回数や現地調査実施回数を教えてください。	<p>昨年度の打合せ回数は合計 17 回（仕様書 P.3「4(6)月 1 回の定例会議」を含む）、現地調査実施回数は合計 8 回です。</p> <p>このほかに電話、メールでやりとりを行いました。</p>
3	昨年度までに 3 年間 PR 力強化業務をされてきていますが、現在、市の秘書広報課が保有しているメディアリスト（媒体名のみ）及びその中で強い関係が形成されている媒体を教えてください。	<p>本件については回答を差し控えます。なお以下の情報については共有させていただきます。</p> <p>保有メディアリストの件数=テレビ 114 件、新聞 47 件、WEB56 件、その他 68 件 ※媒体内の重複含む</p>
4	昨年度同事業で福知山市を取材で訪れた媒体名を教えてください。	<p>令和 5 年度の福知山市 PR 力強化業務委託で本市を取材に訪れたのは、NHK 京都、NHK 大阪、関西テレビ、読売テレビ、朝日放送、毎日放送、京都放送、時事通信、旅色、環境新聞です。</p>

5	昨年度の同事業で最もシビックプライドの醸成に寄与したと市が考える記事を教えてください。	NHK 大阪「ほっと関西」2023年8月25日放送「ええやん！ライブ あすオープン！“鉄道のまち”の博物館」です。 https://www3.nhk.or.jp/kansai-news/20230825/2000077297.html
6	市としては、メディアの記者が書く記事とネット配信でニュースリリースのまま貼り付けられるものと、どちらがマーケティング効果があると考えられていますか？	前者だと考えています。
7	福知山線脱線事故のイメージを払拭することを1つの目的としたPR強化活動の成果確認のネット調査を、一般的に、福知山線脱線事故関連を振り返る情報が出やすい春の時期に行うのは何故ですか？	市のイメージ調査以外にも、年度毎の事業の成果を測る目的もあるため、令和2年度以降は毎年度2月から3月上旬の中で調査を実施しています。
8	メディアに掲載された記事の広告換算値の提出が仕様に入っていますが、この結果をどのように評価し、市の戦略にどう反映させているのでしょうか？	本業務で配信するプレスリリース、取材案内状のトピックスや配信本数は年度毎に異なり、広告換算額はそれらに左右されるため、事業の成果指標にはしていません。ただ、本業務や各トピックス（市の各事業等）の情報発信面の効果の参考値として使用しています。
9	各種報道資料（プレスリリース、取材誘致状）は、貴庁に作成いただいたものを受託者にて加筆修正、配信対応を行うのみでよろしいでしょうか。	その通りです。なお、受託者は受託者保有のメディアリストに配信いただきます。PR TIMES への配信は福知山市が行います。
10	プレスリリース、取材誘致状以外のメディア向け資料（プロモートシート等）作成は受託者で行う認識でよろしいでしょうか。	その通りです。メディア向け資料の作成は本業務において必須ではありませんが、提案に含める場合は、資料を作成いただくことになります。

11	<p>「福知山市が指定する事業のPR アイデアの実行」の実施内容ですが、現時点で想定されているものとしては、参考の令和6年度の事業に記載されている光秀マインドプロジェクト、市役所PR力向上の取組等になりますでしょうか。現時点でイメージされているものがあれば、教えてください。</p>	<p>現時点では、想定はありません。ただ、本業務が位置する事業（福知山PR戦略総合推進事業）の取組よりも、市の他の事業の中から取組を選ぶことを想定しています。</p> <p>例えば昨年度は、仕様書P.5「参考2 令和5年度」に記載のとおり、廃校万博出発セレモニー装飾（＝公民連携事業）、フクレル企画YouTube 広告配信（＝福知山鉄道館運営事業）を行いました。なお、本内容については契約後に福知山市から指定しますので、企画提案書での提案は不要です。</p>
12	<p>紙媒体の換算方法としてご指定の『雑誌新聞総カタログ』は2019年版で休刊となっており、古い情報となっておりますが、こちらを参照して広告換算を行う形で問題ありませんでしょうか。</p>	<p>申し訳ございません。新聞は日本広告業協会発行の「新聞広告料金表」を参照して広告換算をお願いいたします。なお、古いデータにはなりますが『雑誌新聞総カタログ』を使用して算出いただいても問題ございません。</p> <p>上記に記載のない媒体については各媒体の媒体資料から換算をお願いいたします。</p>
13	<p>イメージ調査は、同じ調査会社、同じ設問でアンケートを取って比較を行うことが通常のため、昨年どちらの調査会社にご依頼されていたかを教えてください。また、可能でしたら、去年の調査票もご共有ください。</p>	<p>調査会社や設問の詳細については、「参考資料（2）福知山市にまつわる各種アンケート調査・データ.pdf」のP.7以降をご覧ください。</p>
14	<p>昨年のWEB媒体のクリッピング一覧（UU数とインプレッションの単価が入っているもの）がありましたらご共有ください。</p>	<p>本件については回答を差し控えます。なお以下の情報については共有させていただきます。</p> <p>令和5年度の本業務におけるWEB露出件数1732件、広告換算額 約10億5090万円のうち</p> <p>(1)PR TIMES 転載を除く件数 604件 約3億4240万円 ※うち仕様書P.2「4(4)広告換算額 算出方法の基準 WEB」で示す20万円換算の記事は325件</p> <p>(2)PR TIMES 転載 1128件 約7億850万円 ※うち20万円換算の記事は467件</p>

15	<p>WEBの広告換算方法について、「“UU数(週)”×“広告の平均インプレッション単価”=広告換算額」と指定をいただいておりますが、広告の平均インプレッション単価は、1媒体の複数広告枠の平均でしょうか、もしくは複数サイトの平均でしょうか。</p>	<p>1媒体の複数広告枠の平均です。</p>
16	<p>ベンチマークにしている自治体があれば教えてください。</p>	<p>本業務に関しては、特に設定していません。 なお、近隣自治体で同程度の人口規模なのは、京都府舞鶴市、兵庫県豊岡市、京都府亀岡市などです。</p>
17	<p>現時点までのPR活動で課題に感じていることがあれば教えてください。</p>	<p>仕様書P.1「3 業務背景・目的」と重複しますが、本業務が属する「福知山PR戦略総合推進事業」は、「関係人口としての福知山ファンの獲得」施策の一部であり、本事業は上記の達成のために、地域ブランドを高めて福知山ファンを増やし、まちづくりの担い手や応援者など関係人口(多様な形で地域に関わる市外の人々)の拡大と、同時にシビックプライドの醸成を目的に定めています。</p> <p>ただ、本事業では具体的に関係人口の受け皿になる取組がありません。そのため、本業務では全庁的な連携体制を強化して、市の各事業や資源を掛け合わせて付加価値を高め、市全体のPR力強化につながる戦略的なPR活動を目指しています。本業務を開始した3年前と比べて、プレスリリースを配信する事業の幅は全庁的に広がっていますが、その中でも戦略的に選抜し、情報発信に留まらず本事業と対象事業の双方にとって効果的な行動変容につなげていく取組や仕組みづくりを強化していかなければいけないと感じています。</p>