

**聖地リゾート！和歌山キャンペーン（秋期間）における戦略的観光プロモーション業務に係る公募型プロポーザル
質問に対する回答**

No.	質問内容	回答
1	<p>キャンペーンサイト(https://www.wakayama-kanko.or.jp/features/20th-koyasan-kumano/)への来訪者の動向を確認したいため、Googleアナリティクスのアカウントを共有いただくこと可能ですでしょうか。</p> <p>こちらいただくことが難しい場合、CSVデータをいただけますか。CSVデータでのご共有が難しい場合は、以下の情報をいただけますでしょうか。日単位・または週単位でのデータをいただきたいです。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・表示回数 ・ユーザ数 ・訪問経路 ・各コンテンツページの滞在時間 ・トップページからの直帰率 	<p>別紙にて日単位のCSVデータ（令和6年5月7日～7月9日）を提供します。</p> <p>なお、受託者決定後のアカウント共有の可否については、別途協議の上で決定します。</p>
2	<p>聖地リゾート！夏キャンペーンにおける、広報の露出結果一覧をご教示ください。</p>	<p>■新聞 毎日新聞、朝日新聞、産経新聞、読売新聞、共同通信、交通新聞、中日新聞、紀伊民報、紀南新聞、熊野新聞社、日高新報等</p> <p>■インターネットニュース PR TIMES、トラベルウォッチ等</p> <p>■ニュース番組（テレビ） NHK、テレビ和歌山、和歌山放送等</p> <p>※当協議会にて把握できた範囲内での回答となります。</p>
3	<p>聖地リゾート！夏キャンペーンにおける、広告の掲載結果および掲載予定をご教示ください。</p>	<p>当協議会及び県観光振興課、（公社）和歌山県観光連盟、JR西日本にて、下記のとおり広告出稿を実施または予定しております。</p> <ul style="list-style-type: none"> ●JR・私鉄の駅構内及び車内での広告掲出（パンフレット、ポスター、中吊り、デジタルサイネージ、壁面広告） ●雑誌広告及びタイアップ記事（旅行雑誌、JR発行物等） ●JR西日本会員へのメルマガ配信（月2～3回） ●テレビ番組（旅番組とのタイアップ等） ●WEB・SNS広告（複数媒体） ●インフルエンサー活用 等

4	<p>●秋のキャンペーン内容について</p> <p>県や協議会が中心となってPRする秋のキャンペーン内容の概要及び詳細が決まっていたら、その詳細を教えてくださいませんか？</p>	<p>「聖地リゾート！和歌山キャンペーン」は、「紀伊山地の霊場と参詣道」が令和6年に世界遺産登録20周年を迎えることを契機として、高野山や熊野古道などの世界遺産をより深く楽しめる特別企画や、和歌山ならではの魅力・特色ある体験を通じて、観光客の満足度向上による消費拡大と滞在時間延長、『聖地リゾート！和歌山』のブランド価値向上を図るものです。</p> <p>キャンペーン期間中の特別拝観や限定御朱印、世界遺産社寺等関連記念イベント、ウォークイベント、その他県内全域で開催する記念イベント等の情報は、下記特設WEBサイトにて随時発信中です。</p> <p>https://www.wakayama-kanko.or.jp/features/20th-koyasan-kumano/</p> <p>なお、参加表明者には、観光素材の一覧をExcel形式で提供することも可能です。</p>
5	<p>●秋キャンペーンのターゲットについて</p> <ul style="list-style-type: none"> ・エリア ・年代 ・国内外（海外の場合はターゲット国） ・その他（あればその他の内容も教えてください） など 	<p>ターゲットについて、当協議会からの指定はありません。Q4の回答も踏まえた上で、各参加者にて設定し、提案してください。</p>
6	<p>秋キャンペーンのKPIに関して、確定している内容があれば共有お願いします。</p>	<p>KPIについて、当協議会から具体的な指定はありません。各参加者にて適切と思われる数値目標を設定し、その計測方法も含めて提案してください。</p>
7	<p>「観光振興アクションプログラム2024」で想定しているターゲットについて、国内・海外それぞれエリア/年代/国など教えてください。</p>	<p>仕様書「2 事業趣旨」に記載のとおり、本事業は主に国内からの観光誘客促進を目的として実施します。</p> <p>なお、具体的なターゲットは各参加者にて設定し、提案をお願いいたします。</p>
8	<p>首都圏で今後行う事業やイベントがあればお願いします。</p>	<p>首都圏に対する誘客促進事業は、主に（公社）和歌山県観光連盟が設置する「和歌山県東京観光センター」を拠点として、通年随時実施しております。</p> <p>令和6年度の事業計画や過去の事業報告については、下記WEBサイトにて閲覧可能です。</p> <p>https://www.wakayama-kanko.or.jp/about-us/#002</p>
9	<p>過去実施したキャンペーンの中で、効果が良かったもの、悪かったものそれぞれ3件ずつお願いします。</p>	<p>過去の事業実績にとらわれず、現状において効果的な提案を求めているため、回答を差し控えていただきます。</p>
10	<p>メディア選定にあたり、本事業の具体的なターゲット像があれば教えてください。</p> <p>特に年齢について、たとえば「世界遺産」を主な訴求コンテンツとした場合に、若年層、ミドル層、アクティブシニア層のどれがメインターゲットとなるか確認させてください。</p>	<p>既定のターゲットはありません。各参加者にて設定し、提案をお願いいたします。</p>

11	ターゲットは国内観光客がメインと捉えてよろしいでしょうか。	仕様書「2 事業趣旨」に記載のとおり、主に国内からの観光誘客を促進する事業です。
12	仕様書の「業務内容ウ」にある観光誘致施策とは、特別拝観・限定御朱印・世界遺産社寺等関連記念イベント・ウォークイベントがメインと考えてよろしいでしょうか。	挙げていただいたような特別企画・記念事業に限らず、県観光振興課及び（公社）和歌山県観光連盟の各事業について連携できる箇所があれば、積極的に提案してください。
13	単独で申し、メディアの一部業務を他社へ再委託するパターンと、初めからコンソーシアムで申込む際の要件の違いはございますでしょうか。例えば、再委託の割合が予算の〇%を超える場合はコンソーシアムでの参加としなければいけない等。	<p>例に挙げていただいたような要件の違いはありません。 なお、再委託の要件については、和歌山県が定める「役務調達業務における再委託の取扱いについて」のとおりとしますので、下記WEBサイトにてご確認ください。</p> <p>●役務調達業務における再委託の取扱いについて（県総務事務集中課ホームページ） https://www.pref.wakayama.lg.jp/prefg/120200/ekimu/sikaku/index.html</p>
14	特に注力すべきターゲット層をご教示ください。	ターゲットについて、当協議会からの指定はありません。Q4の回答も踏まえた上で、各参加者にて設定し、提案してください。
15	誘客については、首都圏または近隣の近畿や名古屋など特に注力すべきエリアはございますか。上記エリアに紐づけて、現地（和歌山）以外での施策運営は業務の範囲内になりますか。（例えば、首都圏を注力すべきエリアとした場合、在京メディアに向けた東京都内でのイベントを実施。またその場合、アンテナショップなどイベント実施場所として推奨される拠点やお店はございますか。	エリアについて、当協議会からの指定はありません。 なお、例で挙げていただいたような県外での施策運営も業務の範囲内に含まれます。
16	仕様書内 業務内容（1）のウに記載ある”期間内に和歌山県及び（公社）和歌山県観光連盟が実施する観光誘客施策”ですでに実施決定しているものをご教示ください。	<p>下記の情報をご確認ください。</p> <p>●和歌山県観光振興実施行動計画（アクションプログラム） https://www.pref.wakayama.lg.jp/prefg/062400/d00213301.html</p> <p>●（公社）和歌山県観光連盟 令和6年度事業計画 https://www.wakayama-kanko.or.jp/about-us/#002</p> <p>なお、具体的な連携内容等の詳細は、受託者決定後に当協議会との協議の上で決定します。</p>

17	<p>本サイト (https://www.hankyu-hanshin.co.jp/campaign/wakayama/) に記載ある”わかやままるごとスタンプラリー” (https://wakayama-stamprally.jp/) は該当施策でしょうか？</p>	<p>「聖地リゾート！和歌山 モバイルスタンプラリー（旧：わかやま・まるごとスタンプラリー）」も、仕様書「3 業務内容 - ウ」で示す施策に該当します。</p> <p>※WEBサイト (https://www.hankyu-hanshin.co.jp/campaign/wakayama/) 自体は、令和5年度に実施（終了）した事業であり、本キャンペーンとは異なります。</p>
18	<p>もしも前年度、同様の業務委託を実施されていた場合に、和歌山県で把握されている成果数値と成果内容をご教示ください。目標設定の指針にした意図です。</p>	<p>前年度は同様の事業を実施しておりません。</p>
19	<p>過去のお取り組みの中で成功事例、および失敗事例と認識されている事例があれば、理由と併せてお聞かせ願えると幸いです。</p>	<p>過去の事業実績にとらわれず、現状において効果的な提案を求めているため、回答を差し控えていただきます。</p>
20	<p>夏キャンペーンにて実施する施策について、策定した注力ターゲットと課題があればご教示ください。</p>	<p>夏キャンペーンは、JR西日本エリアを中心に展開しており、Q4に回答したような趣旨を踏まえながら、主に公共交通機関を活用した県内全域の周遊・滞在促進に注力しています。</p>
21	<p>マスメディアへ提供する素材、SNS・プロモーションで使用する素材に関して、貴課よりご提供いただける素材（動画や写真）や、情報はございませんでしょうか。素材撮影なども想定したお見積りを算出するべきでしょうか。</p>	<p>県及び（公社）和歌山県観光連盟から、写真・動画素材の提供が可能です。</p> <p>●和歌山県観光フォトライブラリー https://www.wakayama-kanko.or.jp/travel-agencies-and-groups/photo-library/terms-of-service/</p> <p>●和歌山県観光プロモーション動画ライブラリー https://www.wakayama-kanko.or.jp/travel-agencies-and-groups/video-library/</p> <p>新規の素材撮影とどちらがより効果的であるか検討いただいた上で、提案をお願いいたします。</p> <p>なお、使用する素材については、最終、受託者と当協議会との協議の上で決定します。</p>
22	<p>キャンペーンを実施する際、キャンペーン窓口は受注会社にて開設をしますか。または、和歌山県及び、和歌山県観光連盟にて窓口を開設されますか。</p>	<p>当協議会において、キャンペーン専用の窓口を別途設置することは想定していません。</p>