

質問に対する回答書（令和8年度メディアリレーション業務委託プロポーザル）

令和8年4月23日

「実施要領」関係

No.	質問	回答
1	書類提出は直接持参が必須になりますか？郵送や電子メールでも可能ですか？	市公式ホームページの募集ページに記載のとおりです。
2	過去の実績は今回の委託業務では必須ですか？過去の実績が無い場合、参加は不可となりますか？	必須ではありません。また、過去実績が無くとも参加可能です。

別紙1「仕様書」4（1）プレスリリースの作成及び配信

No.	質問	回答
1	昨年度のメディアリレーション業務におけるプレスリリースの配信本数および各プレスリリースの切り口についてご教示ください。また、プレスリリースがWEB上で見られる場合はURLをご教示ください。	令和7年度のプレスリリース配信本数は20件です。 詳細については、以下、URLを御確認ください。 <a href="https://prt看mes.jp/main/html/searchrhp/company_id/145322">https://prtimes.jp/main/html/searchrhp/company_id/145322</a>
2	プレスリリースの定義について 取材案内状はプレスリリース配信本数に含まれるかご教示ください。	含まれません。
3	プレスリリースを作成する際に必要となる画像等の素材は、提供いただけるのですか？受託者側での撮影・製作が必要となるケースはありますか？	素材の調達ですが、基本的には市が調達・提供することを想定していますが、場合によっては受託者に依頼するケースがあります。
4	プレスリリースの配信方法に「紙での投込み」とありますが、これは記者クラブへの資料配布という認識でよろしいでしょうか？	記者クラブへの資料配布も含まれますが、これは、相手先の状況に合わせた最善の方法の一つとして想定しているものです。
5	記者クラブへの資料配布を行われている場合、静岡市政記者クラブや中央省庁でも行っているのでしょうか？ もし、静岡市政記者クラブで資料配布をされている場合、市側で資料配布をしていただけるのでしょうか？	静岡市政記者クラブへの投げ込みは、首都圏に向けた発信ではないため想定しておりません。 また、配信（配信先を含む）に関しては全て受託者にて行ってください。
6	「仕様書4（1）②の『対象メディアは（中略）1回につき1,000件以上』について、これは静岡市さまが保有するメディアリストへの配信も含めて1,000件でしょうか。あるいは、全て受託者が新規で独自のリスト1,000件分を用意する必要があるのでしょうか。」	全て受託者側のリストにて用意いたします。
7	リリース配信（月2回以上）の対象期間について、契約締結後、令和8年6月から令和9年3月までの10ヶ月間という認識でよろしいでしょうか。	お見込みのとおりです。
8	4（1）①にて「情報の性質に適したメディアを選定」と記載がある一方、②では「1回につき1000件以上」との記載があります。事業内容とそれに適したメディアへの配信を考えた場合、1000件未満の配信となるケースも考えられます。1000件以上の配信がどの案件でも必須であるか、ご教示ください。	必須です。
9	仕様書の1回のプレスリリース配信につき1000件以上というのは、配信総数で平均をとる形でも問題ないでしょうか。リリース各回ごとに1000件以上となりますでしょうか。 ※引用元 ② 対象メディアは、全国のマスメディア等（テレビ、ラジオ、新聞、雑誌、フリーペーパー、WEB及びこれらの制作会社等）で、1回につき1,000件以上とすること。	リリース各回ごとに1,000件以上です。
10	昨年度本事業におけるプレスリリース配信実績について合計本数並びに、各月ごとの本数についてご教示ください。	合計：20件 （内訳：7月2件、8月1件、9月3件、10月4件、11月3件、12月3件、1月1件、2月2件、3月1件）
11	配信サービスの利用について PR TIMESなどの配信サービスの利用は可能でしょうか。 また、転載（リリース原文掲載）も露出実績としてカウント可能かご教示ください。	可能です。また、転載（リリース原文掲載）も露出実績としてカウント可能です。
12	PRTIMESを使用してプレスリリースを配信されていると思いますが、PRTIMES側へ支払う費用は委託費に含まれますか？	含まれます。
13	リリース配信する際は、PRTIMESと類似するプレスリリース配信サービスの利用はありますか？	配信に関しては全て受託者にて行ってください。
14	R8年度において、PRTIMES等の配信ワイヤーの使用は必要でしょうか。	必須ではありません。

別紙1「仕様書」4(2) プレスツアーの実施

No.	質問	回答
1	<p>昨年度のメディアリレーション業務において、プレスツアーの内容、参加メディア数、媒体（テレビ、新聞・雑誌、WEB、ラジオ）、参加人数、日程（一泊二日／二泊三日等）をご教示ください。 また、そのうち露出につながったメディア数、媒体（テレビ、新聞・雑誌、WEB、ラジオ）をご教示ください。</p>	<p>①静岡市のお茶・ティーツーリズムを訴求「お茶」ツアー 内容：静岡市のお茶、ティーツーリズムの訴求 媒体および参加メディア数・人数：WEB（9社9人） 日程：日帰り</p> <p>②静岡市のお酒と美食を堪能する「ガストロノミー」&amp;開運スポットツアー 内容：静岡市のお酒・美食の訴求、市内開運スポット巡り 媒体および参加メディア数・人数：WEB、新聞・雑誌（9社9人） 日程：一泊二日</p> <p>なお、露出に繋がったメディアについては、各ツアーに参加したメディアすべてです。</p>
2	<p>プレスツアーにかかる交通費や飲食などの費用はすべて委託費に含まれますか？ 市側が費用を負担するものはありますか？</p>	<p>全て委託料に含まれます。</p>
3	<p>プレスツアーで訪問する観光地（例えば寺院など）や店舗への連絡・調整は、受託者が行うのですか？</p>	<p>基本的には受託者が行うことを想定していますが、訪問先に応じて最適な方法で対応します。</p>
4	<p>プレスツアーの参加者数は、最低何名などの目標値はありますか？</p>	<p>招致目標数については、具体的な数値は設定していませんが、仕様書に記載のとおり、ツアー内容に適した数を選定することとしています。</p>
5	<p>過去のプレスツアーでの参加人数は教えていただくことは可能ですか？</p>	<p>【令和7年度】</p> <p>①静岡市のお茶・ティーツーリズムを訴求「お茶」ツアー：9社9人 ②静岡市のお酒と美食を堪能する「ガストロノミー」&amp;開運スポットツアー：9社9人</p> <p>【令和6年度】</p> <p>①「オクシズ」ツアー：4社4人 ②「ものづくりの街」ツアー：8社8人 ③「美食・絶景」ツアー：10社10人</p>
6	<p>プレスツアーの実施時期について、市として予定または希望されている時期はありますか。</p>	<p>本事業の目的に沿い、ツアー内容に適した時期であれば構いません。</p>
7	<p>プレスツアーおよびメディア交流会において、それぞれ市が目標（希望）とする参加メディア数はありますか。</p>	<p>招致目標数については、具体的な数値は設定していませんが、各内容に適した数を選定することとしています。</p>
8	<p>プレスツアーの過去実績とその内容について教えてください。加えて、プレスの招致目標数などございましたらご教示ください。</p>	<p>【令和7年度】</p> <p>①静岡市のお茶・ティーツーリズムを訴求「お茶」ツアー 内容：静岡市のお茶、ティーツーリズムの訴求 媒体および参加メディア数・人数：WEB（9社9人） 日程：日帰り</p> <p>②静岡市のお酒と美食を堪能する「ガストロノミー」&amp;開運スポットツアー 内容：静岡市のお酒・美食の訴求、市内開運スポット巡り 媒体および参加メディア数・人数：WEB、新聞・雑誌（9社9人） 日程：一泊二日</p> <p>【令和6年度】</p> <p>①「オクシズ」ツアー 内容：夏のオクシズを訴求 媒体および参加メディア数・人数：WEB（4社4人） 日程：一泊二日</p> <p>②「ものづくりの街」ツアー 内容：「ホビーのまち静岡」の訴求 媒体および参加メディア数・人数：WEB（8社8人） 日程：一泊二日</p> <p>③「美食・絶景」ツアー 内容：静岡市のグルメ、富士山や駿河湾等の絶景スポットの訴求 媒体および参加メディア数・人数：WEB（10社10人） 日程：一泊二日</p> <p>なお、招致目標数については、具体的な数値は設定していませんが、仕様書に記載のとおり、ツアー内容に適した人数を選定することとしています。</p>

別紙1「仕様書」4（3）メディアとの交流会の実施

No.	質問	回答
1	<p>昨年度のメディア交流会の実施実績（開催回数、参加メディア数、媒体、内容、場所）についてご教示ください。また、メディア交流会から露出に繋がったメディア数と媒体（テレビ、新聞・雑誌、WEB、ラジオ）についてもご教示ください。</p>	<p>公表できる範囲での実施実績は以下のとおりです。</p> <p>①メディアキャラバン                      内容：全国版のテレビ番組等を扱うメディアへの個別訪問                      媒体およびメディア数・人数：テレビ（3社4人）</p> <p>②メディア交流会                      内容：お茶をテーマとした「お茶のまち静岡市」の紹介およびお茶体験の実施。                      媒体およびメディア数・人数：WEB、新聞・雑誌（16社19人）                      場所：株式会社サニーサイドアップ会議室（東京都渋谷区千駄ヶ谷4丁目23-5）</p> <p>③メディア交流会                      内容：静岡市のグルメ・お酒を中心とするメニューの提供を通じた交流。                      媒体およびメディア数・人数：WEB、新聞・雑誌（21社23人）                      場所：静岡の美味しいものガッツ高田馬場（東京都新宿区高田馬場2丁目19-8 阿部大竹ビル1F）</p> <p>なお、本交流会実施に関して直接的な露出に繋がったメディアは、③の1社（WEB）です。</p>
2	<p>都内で開催するメディアとの交流会で使用する会場や飲食などの費用すべてが委託費に含まれますか？                      また、特産品の準備等でかかる費用は市側が負担することはありますか？</p>	<p>すべて委託費に含まれます。</p>
3	<p>都内でのメディア交流会の参加者数は、最低何名などの目標値はありますか？</p>	<p>具体的な数値は設定していませんが、交流会の実施内容に適した数を選定することとしています。</p>
4	<p>メディア交流会のテーマや内容などは、市側と受託者で打合せを行い決定するのですか？</p>	<p>お見込みのとおりです。</p>
5	<p>「仕様書4（3）の『メディアとの交流会（都内等で3回以上）』において、特産品等の提供や市長・市職員・地元事業者の登壇を企画した場合、それらにかかる物品代や旅費等は委託費に含まれるという認識でよろしいでしょうか。」</p>	<p>お見込みのとおりです。</p>
6	<p>メディアとの交流会については、形式や訴求する内容などは、任意で提案してよろしいでしょうか。</p>	<p>目的に沿った提案であれば構いません。</p>
7	<p>交流会のイメージは、懇親会のようなイメージか、それとも勉強会・セミナーのようなイメージか、どちらでしょうか。または、コミュニケーションを取れる場という意味合いであれば、特に形態は問わないというイメージでしょうか。</p> <p>※引用元                      （3）メディアとの交流会の実施                      ① メディアとの関係構築を目的とした交流会を都内等で定期的で開催すること。（3回以上）                      ② 実施時期は、その時々旬な情報や特産品等を発信できる時期とすること。</p>	<p>メディアとの関係構築を目的としていれば、形態は問いません。</p>



別紙1「仕様書」4（5）露出結果・効果測定

No.	質問	回答
1	WEB露出の広告換算額算出方法について WEB露出の広告換算額の算出方法について、指定の算出基準や利用するサービス（例：ジャパン通信社、内外切抜通信社等）があればご教示ください。	指定の算出基準や利用するサービスはありません。
2	地上波全国ネットの放送について 例えば、NHK静岡放送局の取材が全国放送につながった場合、全国露出の成果として見なされるかご教示ください。	成果に含めます。
3	広告換算額は、媒体ごとに決められた単価や計算方法はありますでしょうか。また、前年度の結果（掲載数、広告費換算額）を教えてください。可能ですか？	広告換算額については、市から指定する単価や計算方法はありませぬ。 【令和7年度実績】 露出件数：4,100件（内訳：TV2件、新聞159件、雑誌10件、WEB3,929件） 広告換算額：1,732,633,000円（内訳：TV 285,333,000円、新聞 162,089,000円、雑誌 5,488,000円、WEB 1,279,723,000円）
4	クリッピング（効果測定）ツールの費用負担について 仕様書4（5）①および②の『露出調査及び広告効果額算定』ならびに『クリッピング』について確認です。これらにかかる外部ツール等の利用料は、受託者が委託費（見積限度額1,100万円）の中に入れて提案する想定でしょうか。あるいは、静岡市さまにてすでに導入されている測定ツール等は無償で利用可能でしょうか。	委託費（見積限度額1,100万円）の中に入れます。 なお、静岡市が導入している測定ツールはありません。
5	本業務における「露出成果」の定義を教えてください。個別取材の結果、メディアに掲載・放送（露出）されれば成果として認められるという理解で相違ないでしょうか。	お見込みのとおりです。
6	・クリッピングの提供形式について著作権の観点から、記事の全文共有や紙面PDFの配布がNGとなっておりますが、「URL共有および媒体名と見出しなど」での報告でも問題ないでしょうか。 ・有料媒体（新聞電子版など）の場合、リンクのみでの報告でも問題ないかご確認いただけますでしょうか。 事例 朝日新聞 2025年11月6日 「記事の無断使用は著作権侵害」 毎日と読売が愛知県蒲郡市を提訴 <a href="https://www.asahi.com/articles/ASTC62PR TTC6UTIL01DM.html">https://www.asahi.com/articles/ASTC62PR TTC6UTIL01DM.html</a> 時事通信 2026年02月27日 配信記事の無断共有で賠償命令 著作権侵害、共同通信が勝訴一東京地裁 <a href="https://www.jiji.com/jc/article?k=2026022700768&amp;g=soc">https://www.jiji.com/jc/article?k=2026022700768&amp;g=soc</a>	問題ございません。
7	・TV露出の報告方法について放送内容については、録画データの共有ではなく「番組名・放送日時・内容要約」での報告形式で問題ないでしょうか。 ・映像素材の提出が必要な場合、許諾取得の要否および費用負担についてご教示ください。 ※引用元 ② 委託業務の結果、露出に至ったものについては可能な限りクリッピングを行うとともに、活動を通じて得られるデータの蓄積・分析を行い、各月ごとに報告すること。	TV露出の報告方法については、許諾を取ったうえで録画データの共有をお願いします。なお、それらに係る費用については委託料に含みます。

別紙1「仕様書」4（6）定例的な打合せ

No.	質問	回答
1	定期打ち合わせについて 定期打ち合わせについて、オンライン（Zoomなど）での実施は可能かご教示ください。 また、昨年度の対面の打ち合わせの回数およびオンライン打ち合わせの回数についてご教示ください。	オンラインでも可能です。 令和7年度の打合せ実績ですが、対面4回、オンライン6回です。
2	定期的な打ち合わせは、対面になりますか？オンラインでも可能ですか？	対面とオンラインのどちらでも可能です。
3	月1回以上の「定期打ち合わせ」の実施形式について：仕様書4（6）に記載の『定期的な打ち合わせ（月1回以上）』について、原則として対面（静岡市役所等での開催）での実施が必須となりますでしょうか。あるいは、経費節減や迅速な情報共有のため、WEB会議ツール等を用いたオンラインでの実施も可能でしょうか。	対面とオンラインのどちらでも可能です。
4	定期打合せの形態について。複数名で参加する場合、一部メンバーがオンラインで参加することは可能でしょうか。	可能です。
5	月一回の定例会議は対面とオンラインのどちらになりますでしょうか。対面の場合の交通費は提示された予算内で委託側の負担という認識でよろしいでしょうか。 ※引用元 （6）定期的な打ち合わせ 本業務の活動状況や成果等について本市と情報共有するため、定期的に打ち合わせを行うこと。（月1回以上）	対面とオンラインのどちらでも可能です。 対面の場合の交通費については、受託者側の負担です。
6	各月ごとの活動報告について。仕様書4(6)の「定期的な打合せ（月1回以上）」の場において実施するという認識でよろしいでしょうか。	お見込みのとおりです。

別紙1「仕様書」5 報告書および成果物の提出

No.	質問	回答
1	露出に至ったクリッピングは、紙での提出かPDFなどデータでの提出になりますか？	データでの提出で構いません。
2	報告書および成果物の提出は、紙での提出かPDFなどデータでの提出になりますか？	データでの提出で構いません。
3	【業務仕様書について】 5 報告書および成果物の提出（2）広告掲載の状況がわかる資料一式（写真、成果品、HP キャプチャデータ等）を提出について、「広告」とは、メディアの編集記事（広告ではない純粋な記事）も含まれますか。また、その場合、メディアの著作権を踏まえた範囲での提出で差し支えありませんか。	メディアの編集記事（広告ではない純粋な記事）も含まれます。また、その場合、メディアの著作権を踏まえた範囲での提出で差し支えありません。
4	テレビの露出は、放映された動画を提出する必要はありますか？	テレビの露出については、許諾を取ったうえで録画データの共有をお願いします。

別紙1「仕様書」その他

No.	質問	回答
1	ご提案のタイミングで、プレスツアー、メディア交流会の企画をご提案させていただき想定ですが、その後活動のなかでのブラッシュアップはご相談可能なものなのでしょうか。	相談可能です。
2	本事業は観光・来訪者増加を主たる目的として静岡市観光国際課が主管されていますが、本事業において担当課様以外の課の案件を扱うことはありますでしょうか。ある場合は、その内容についてご教示ください。	扱うことがあります。 扱う案件については、本事業の目的に沿った地域資源やコンテンツを所管している所管課全てが対象となります。
3	R8年度からは、ご担当が静岡市観光文化・市民局観光国際課 総合戦略係に変更になっていると存じますが、昨年度のご担当部署に対して、業務範囲や対象の違いがありましたら、参考に教えてください。	業務範囲や対象に違いはありません。
4	R8年度のターゲットに、インバウンド観光客（海外からの来街者）は含まれますか。	含まれます。

別紙2「企画提案書等作成要領」関係

No.	質問	回答
1	「内容の異なるものは表裏1枚にしない」との規定について。これは「別表1 企画提案書記載項目一覧」の各大項目（1 提案について、2 業務の実施体制等について等）ごとに改ページすべきという主旨でしょうか。	お見込みのとおりです。
2	プロポーザル企画提案書等作成要領の4 企画提案書提出体裁2）両面印刷（但し、内容の異なるものは表裏1枚にしないこと）とすること。について、「内容が異なるものは表裏1枚にしない」とは、例えば企画提案書記載項目一覧の、（1） 提案方針と（2） メディア露出獲得に向けたメディアリレーション構築の取組の内容は裏表にしない、ということでしょうか。具体的な規定がありましたらお願いします。	各大項目（1 提案について、2 業務の実施体制等について）ごとに改ページする構成としてください。
3	企画提案書記載項目一覧の（1）提案方針に、静岡市における観光客を呼び込む観光資源等の整理・選別の具体的提案とありますが、「観光客を呼び込む」については、具体的に本事業においてどのような効果を求めていますか。例えば「観光意欲の喚起を強化できるようなメディア露出を通じて、静岡市観光資源の認知を強化する」、もしくは「実際の誘客を得る」など、想定している内容を教えていただければ幸いです。	本業務で求める効果については、仕様書の「3 事業の目的」を達成する為に、観光意欲の喚起を強化できるようなメディア露出を通じて、静岡市観光資源の認知を強化しつつ、実際の誘客を得て観光消費に繋げることを想定しています。
4	R7年度は、プロポーザル企画提案書等作成要領の2枚目4 -（5）に「提出書類については事業者の名称その他事業者が特定される情報を記載しないこと」とありましたが、R8年度については同様の記載は無くなっているとお見受けしました。改めて、以下で合っていますでしょうか。および、逆に、下記2、以下で事業者情報が無い場合は失格・無効となりますか。 1.【様式1】参加申込書 : 事業者法人情報・担当者記載あり 2.企画提案書 : 事業者法人情報・担当者記載について、「あり」で「可」（失格ではない） 3.過去の実績資料 : 同上 4.見積書 : 同上	お見込みのとおりです。 また、下記2.以下に事業者情報が無い場合については、無効になります。

別紙3「プロポーザル審査項目及び審査基準（案）」関係

No.	質問	回答
1	「プロポーザル審査項目及び審査基準（案）」に関して、「本市の特性を生かした提案がされているか」、「本業務における成果を期待できる実績があるか」の項目において、昨年度より得点変動しているかと思えます。意図などお聞かせ願えると幸いです。	今回の得点の変動についてですが、仕様書に記載の「事業の目的」に対する実行力や貢献内容等を重視し、目的達成に向けた具体的な提案を求めるものです。
2	「長期的な視野に立ったメディアリレーション」との記載に関連し、本業務は次年度以降も継続して実施される可能性が高いと考えてよろしいでしょうか。	次年度以降の実施については未定です。
3	自由提案の範囲について、仕様書に記載された定型業務以外で、事業目的（認知向上・観光客増）に資する独自の施策を提案してよいという理解でよろしいでしょうか。	お見込みのとおりです。

その他（過去実績関係）

No.	質問	回答
1	昨年の取り組みの中で「成功事例」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。	「お茶」をテーマとしたプレスツアーです。点茶体験・茶畑見学・するがヌーン茶と、ひとつのテーマを多様な側面で体験できたことでメディアの満足度も高く、各参加メディアで異なる切り口の露出が生まれ、多様な側面から静岡市のお茶を訴求することができたためです。
2	過去2年間で実施した取り組みで、静岡市さま内（ご担当部門）で評価されているお取り組み内容を具体的にお伺いできますでしょうか。また、その評価に至った静岡市さまが抱える課題感と評価された要素をお伺いさせていただきます。	昨年度実施した「お茶」をテーマとしたプレスツアーです。点茶体験・茶畑見学・するがヌーン茶と、ひとつのテーマを多様な側面で体験できたことでメディアの満足度も高く、各参加メディアで異なる切り口の露出が生まれ、多様な側面から静岡市のお茶を訴求することができたためです。
3	当プロポーザルの3年目の実施にあたり、活動のなかで前年度施策の課題や改善点がございましたら、詳細にお伺いさせていただけないでしょうか。	首都圏メディアが本市の情報を扱う機会・露出は増加しているものの、メディアとの関係構築や露出後の継続的な展開がやや弱いことです。
4	R7年度の本事業の成果と課題と考えられる事項をそれぞれ教えてください。	評価点としては、首都圏メディアが本市の情報を扱う機会・露出が増加したことです。課題は、メディアとの関係構築や露出後の継続的な展開がやや弱いことです。
5	昨年度メディアリレーション業務にあたっての評価点・課題感について、ご教示ください。	評価点としては、首都圏メディアが本市の情報を扱う機会・露出が増加したことです。課題は、メディアとの関係構築や露出後の継続的な展開がやや弱いことです。
6	過去の当プロポーザルで実施してよくなかった施策とその理由を教えてください。	「ホビーのまち静岡」をテーマにしたプレスツアーです。理由は「ホビーのまち静岡」の歴史や伝統工芸の訴求を行い、現代のホビーと伝統工芸の歴史・体験を組み込むことでメディアの理解が深まるツアーとなったのですが、訪問先において一部撮影不可エリアがあったことから、記事化に当たり制約が発生してしまっただけです。
7	過去1～2年の配信実績（類似内容のリリースや番組露出件数、際立った露出事例など）について、参考に提示いただくことは可能ですでしょうか。	過去の配信実績については以下のとおりです。 <b>【令和7年度】</b> 露出件数：4,100件 広告換算額：1,732,633,000円 <b>【令和6年度】</b> 露出件数：2,875件 広告換算額：1,667,457,000円  なお、プレスリリースの配信実績については、以下URLから御確認ください。 <a href="https://prtnews.jp/main/html/searchrhp/company_id/145322">https://prtnews.jp/main/html/searchrhp/company_id/145322</a>
8	過去2年間の、活動での露出件数、広告換算額、リリース配信本数をお伺いできますでしょうか。またその中での、露出メディアのメディアジャンルの割合などが整理されているようでしたら、お伺いさせていただきます。	<b>【令和7年度】</b> 露出件数：4,100件（内訳：TV2件、新聞159件、雑誌10件、WEB3,929件） 広告換算額：1,732,633,000円（内訳：TV 285,333,000円、新聞 162,089,000円、雑誌 5,488,000円、WEB 1,279,723,000円） リリース配信本数：20件 <b>【令和6年度】</b> 露出件数：2,875件 広告換算額：1,667,457,000円 リリース配信本数：20件
9	昨年度の露出実績・広告換算額について、可能な範囲で詳細を教えてください。	露出件数：4,100件（内訳：TV2件、新聞159件、雑誌10件、WEB3,929件） 広告換算額：1,732,633,000円（内訳：TV 285,333,000円、新聞 162,089,000円、雑誌 5,488,000円、WEB 1,279,723,000円）
10	昨年度のメディア露出実績について、媒体別（テレビ、新聞・雑誌、WEB、ラジオ）の件数および広告換算額の内訳をご教示ください。また、WEBにおける広告換算額の平均値についてもご教示ください。	露出件数：4,100件（内訳：TV2件、新聞159件、雑誌10件、WEB3,929件） 広告換算額：1,732,633,000円（内訳：TV 285,333,000円、新聞 162,089,000円、雑誌 5,488,000円、WEB 1,279,723,000円） WEBにおける広告換算額の平均値：325,712円
11	昨年度のメディアリレーション業務において、特に効果が高かったと評価されるテレビ露出の番組名、放送日、タイトルをご教示ください。	番組名・タイトル：めざましどようび「めざど食堂」 放送日：2025/11/15
12	過去2年間の当プロポーザルにおいて、現状はどれほどのメディアリレーションが貴社の資産として蓄積されている状況でしょうか。またその管理方法についてもお伺いさせていただきます。	これまでの資産の蓄積といった点について具体的な数値はありませんが、過去2年間の実施内容を通じ、メディアとの関係構築等、徐々に成果がでてきているものの、資産管理の手法については現時点で確立されておらず、適切な管理方法について検討を進めています。
13	昨年、一昨年の受託者の実施内容をお伺いさせていただきます。	<b>【令和7年度】</b> ①プレスリリース作成及び配信：20回 ②プレスツアーの実施：2回 ③メディアとの交流会の実施：3回 ④個別取材誘致・取材記事等の獲得：6回 <b>【令和6年度】</b> ①プレスリリース配信及び配信：20回 ②プレスツアーの実施：3回 ③メディアとの交流会の実施：4回 ④個別取材誘致・取材記事等の獲得：4回

その他（本市の施策関係）

No.	質問	回答
1	静岡市の観光政策において、課題だと感じている点を教えてください。	「静岡市観光基本計画」を御確認ください。 <a href="https://www.city.shizuoka.lg.jp/s4852/s012576.html">https://www.city.shizuoka.lg.jp/s4852/s012576.html</a>
2	観光客誘致について 首都圏を主な誘客対象としたご提案を想定しておりますが、市として想定している主なターゲットエリアがあればご教示ください。	主に首都圏メディア等（他エリアの全国キー局含む）を考えておりますが、「静岡市観光基本計画」の重点ターゲットも参考としてください。 <a href="https://www.city.shizuoka.lg.jp/s4852/s012576.html">https://www.city.shizuoka.lg.jp/s4852/s012576.html</a>
3	注力エリアについて 令和8年度に特にPRに注力したいエリアや観光地、施設などがありましたらご教示ください。	「静岡市観光基本計画」を御確認ください。 <a href="https://www.city.shizuoka.lg.jp/s4852/s012576.html">https://www.city.shizuoka.lg.jp/s4852/s012576.html</a>
4	「令和8年度の業務において、本市として優先的に露出を獲得したい特定の観光資源（特定のエリアやテーマ等）や、参考とすべきKPI（露出件数や目標広告換算額など）がすでに市として設定されていればご教示ください。」	「静岡市観光基本計画」を御確認ください。 <a href="https://www.city.shizuoka.lg.jp/s4852/s012576.html">https://www.city.shizuoka.lg.jp/s4852/s012576.html</a>
5	市内で特に訴求を強化したい地域はありますか。	「静岡市観光基本計画」を御確認ください。 <a href="https://www.city.shizuoka.lg.jp/s4852/s012576.html">https://www.city.shizuoka.lg.jp/s4852/s012576.html</a>
6	本年度の静岡市における主なトピックや、新たにお知らせしたい新規動向などがございましたら、可能な範囲でご教示いただけますでしょうか。	現時点では公開できる情報がないため、契約後に御相談できたらと考えております。
7	令和8年度における静岡市さまとして注力したい発信情報はありますか。観光資源としてございましたら、ご教示ください。またイベントごとがあれば、併せてお伺いさせていただきます。	現時点では公開できる情報がないため、契約後に御相談できたらと考えております。
8	現時点で、市が計画している季節ごとの特化イベントや、新たに制作予定の観光コンテンツなどはありますか。	現時点では公開できる情報がないため、契約後に御相談できたらと考えております。
9	静岡市として優先的に発信したいトピックやテーマ、市として取り上げたい行事や取り組み等あればご教示ください。	現時点では公開できる情報がないため、契約後に御相談できたらと考えております。
10	R7年度は、露出のKPIは、地域ブランド調査（ブランド総合研究所）の情報接触度をKPIに設定していたかと存じますが、R8年度変更があれば教えてください。	地域ブランド調査（ブランド総合研究所）の観光意欲度に変更しています。
11	2026年度で、本プロポーザルは3年目を迎える認識です。3年目の実施にあたり、過去2年間の活動を踏まえて、本年の活動の方針や目的は、静岡市さまとしてどのような位置づけなのでしょう。目的や当事業内で達成したいKPIなどがございましたら、ご教示いただけないでしょうか。	活動の方針や目的は「仕様書」に記載のとおりです。 また、KPIについては、地域ブランド調査（ブランド総合研究所）の観光意欲度50%を設定しています。