

令和3(2021)年度栃木県戦略的PR業務公募型プロポーザル実施内容等に関する質問及び回答

頁	質問内容	回答
1	<p>(1) 2020年度、魅力度ランキングが最下位だった原因の仮説は、どういった論理を踏まえて立てられたものか。</p> <p>(2) 2020年度、栃木県が行った広報活動全般について、課題点(情報発信、体制において弱いと感じられている点)はどこにあると考えられているか。</p> <p>(3) 2020年度、2019年度の具体的な活動内容(リリースの本数、タイトル、アプローチ方法)とその結果(広告換算)を共有いただくことは可能か。</p> <p>(4) 広告換算額の下限である3億5千万という数字は何を基準に決めているか。</p> <p>(5) 2020年度は関西圏へのメディアアプローチも仕様書内に含まれていたが、2021年度は首都圏を中心と考えてよいか。</p> <p>(6) 取材支援費について、タイアップとは別に県で用意されている金額はあるか。</p>	<p>(1) 各種調査の結果を見ると、日光や那須、宇都宮餃子等、個別の地域資源は高い評価を受けているものの、栃木県そのもののイメージや認知につながっていないことを踏まえてのものです。</p> <p>(2) 県として発信したい情報と、メディアが発信したい、取り上げたい情報にギャップがあり、本県の情報がメディアに取り上げられない状況にあると考えております。</p> <p>(3) 令和元(2019)年度及び令和2(2020)年度の実施状況(リリースの本数、タイトル、広告換算)については、別紙のとおりです。アプローチ方法については、受託事業者のノウハウであるため共有できません。</p> <p>(4) 過去の事業実績を踏まえ決定したものです。</p> <p>(5) お見込みのとおりです。ただし、関西圏も重点的に実施すべきと考える場合、その根拠等と共に独自提案をいただくことを妨げるものではありません。</p> <p>(6) ありません。</p>

(別紙)

2020年度、2019年度の具体的な活動内容について

**【令和元（2019）年度】**

1 リリースタイトル

リリース①「『ウケる、栃木県。』第一弾 めっちゃええやん！ベリーグッドローカルとちぎプラザ」

リリース②「『ウケる、栃木県。』第二弾 日光の最新トレンド・2019秋」

リリース③「『ウケる、栃木県。』第三弾 栃木県がロケ地に選ばれる理由」

リリース④「『ウケる、栃木県。』第四弾 ようこそ！いちご王国クルーズへ！」

リリース⑤「『ウケる、栃木県。』第五弾 2020年1月15日（水）、「いちご王国・栃木の日」を記念して、栃木県庁で『「いちご王国」の夕（ゆうべ）』が開催されました！」

2 広告換算額 約 463,407 千円（事業全体での実績額）

**【令和2（2020）年度】**

1 リリースタイトル

リリース①「『元気が出る！とちぎNEWS』お取り寄せで味わう！とちぎの「うんまいもん」プレゼントキャンペーン」

リリース②「『そこからはじまる栃木県ニュース』華厳の滝、中禅寺湖畔周辺7か所で、秋の夜長を照らし出す。今年も決行！『ライトアップ奥日光』。」

リリース③「『そこからはじまる栃木県ニュース』『いちご王国・栃木』から全国のいちごファンへ。」

リリース④「『そこからはじまる栃木県ニュース』そんなバカな！？ 栃木県が、都道府県魅力度ランキング47位なんて！」

2 広告換算額：算定中