

令和2(2020)年度栃木県戦略的PR事業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) メディア露出実績について これまでのメディア露出実績（媒体別）と、制作協力金の有無をご教示ください。 また、これまでで一番理想的（高評価）だったメディア露出とその内容をご教示ください。</p> <p>(2) 媒体優先度について TV番組以外の媒体（特にWEB）の評価、優先度をご教示ください。</p> <p>(3) プレスリリース 内容のイメージなどご教示ください。</p> <p>(4) イベント等について 既にあるファクトのみではなく、露出やブランド向上に向けたPRコンテンツやイベントの提案をしてもよいですか。</p> <p>(5) 内容について 「旅やグルメに関するテレビ番組」に、特に取り上げられたい内容はありますか。</p>	<p>(1) R元年度の同事業についてはタイアップ費用限度額を2,000千円として実施しました(実績換算中)。過去の実績については以下のとおりです。 (H29実績) TV 約16,400千円 紙 約59,700千円 Web 約91,000千円 事業額 約5,000千円</p> <p>また、高評価を得たメディア露出については、公表を前提としていないため回答できませんが、「旅やグルメに関するテレビ番組」への露出を最優先に考えています。 (例) ・朝だ生です旅サラダ (EX) ・王様のブランチ (TBS) 等</p> <p>(2) WEB上のニュースサイト(YAHOO!ニュース、等)への掲載は、新聞掲載よりも優先されます。</p> <p>(3) 企画提案の優位性の判断材料となりますので回答できません。</p> <p>(4) 予算の範囲内であれば問題ありません。企画提案の優位性の判断材料とします。</p> <p>(5) 企画提案の優位性の判断材料となりますので回答できません。</p>

頁	質問内容	回答
2	<p>(6) 施策の目的について 観光客増加が目的ですか。地域ブランド力/県民愛着度などの尺度も広報活動における KPI になりますでしょうか。</p> <p>(7) KPI について 栃旅企画やグルメ企画だけでなく、生中継での地域紹介(例えば天気予報コーナーの前段など)も KPI に入りますか。</p>	<p>(6) ブランド力の向上を目的としています。ブランド力の向上により、観光誘客や移住定住促進、県産品の販売に優位性がもたらされることを期待しています。県民愛着度についても同様です。</p> <p>(7) 栃木県への好意的なイメージにつながる番組露出で、本事業による働きかけの結果、露出したものについては、広告換算額が算出可能であれば加算してください。</p>