

四国観光・旅アプリ「しこくるり」を活用した四国JR周遊促進プロモーション事業委託業務
プロポーザルに係る質問と回答

【質問1】

ターゲット層は「主に関東圏の20歳代～50歳代」とありますが、それ以外のエリア・年代に広げたご提案としてもよろしいでしょうか？

【回答1】

本事業仕様書記載以外のターゲット層への提案については、明確な理由及び想定される効果を企画提案書に記載の上、提案してください。

【質問2】

購入特典となる旅パス6ptの費用は、当事業の予算外という認識でよろしいでしょうか？

【回答2】

購入特典である旅パス6pt費用は当事業の予算外としております。

【質問3】当プロジェクトの事業費内であれば、当キャンペーン専用のランディングページを作成してもよろしいでしょうか？

【回答3】

作成していただいて問題ありませんが、製作したランディングページの保管場所を明記してください。そのうえで判断させていただきます。

【質問4】

KPIの商品発売枚数は、2024年11月1日～2025年3月13日の事業期間内のカウントという認識でよろしいでしょうか？

【回答4】

ご認識のとおりです。ただし、期間中の事業による効果とみられるKPIであり、自然増加したものはカウントとなりません。

【質問5】

Web広告や雑誌などに掲出する際に必要な画像は、無償で四国ツーリズム創造機構様からご提供いただける認識で問題ないでしょうか？

【回答5】

ご認識のとおりです

【質問6】

目標が、商品発売枚数200枚以上とあり、「本業務により購入に至った件数」とありますが、特に紙媒体や放送媒体などがきっかけで購入に至った場合、どのように効果測定を行うのでしょうか？
「定期的に四ツ創へ報告」とありますが、こちらで定期的な購入の進捗状況及び効果測定はどのように図るのでしょうか？

【回答6】

紙媒体や放送媒体からの購入についての効果測定は難しいと認識しており、効果的な手法があれば可能な限り提案していただきたく、本事業仕様書内、「3 委託業務の内容、(2)その他」の「本業務の効果及び目標値(KPI)に対する進捗状況の確認方法について、企画提案すること。」と記載しております。

できる限り提案をお願いいたします。

なお購入枚数等のデータについては当機構より提供いたします。

【質問7】

過去に「しこくり」のプロモーションを行った際、どのようなターゲットにどのような媒体を使ってプロモーションをされましたでしょうか？可能な限り具体的に教えていただければ幸いです。

【回答7】

ターゲット:

2023年度は東京・神奈川・大阪・兵庫・愛知・福岡エリアの20代から50代の男性及び60代以上のシニア層に向けて

媒体: 下記のWEB媒体、紙媒体

(SNS広告、WEB広告、タウン誌、ジオターゲティング広告)によるプロモーションを実施いたしました。

【質問8】

「しこくり」アプリの登録者の属性を教えてくださいませんか？

地域や年齢層、性別など教えていただければ幸いです。

【回答8】

2024年8月1日現在のユーザー属性は以下のとおりです。

(単位: 人)

10代	146
20代	5,224
30代	7,376
40代	7,574
50代	9,986
60代	6,143
70代	1,844

男性	27,639
女性	16,311

北海道	557
東北	439
首都圏	11,982
中部	2,593
近畿	6,037
中国	2,360
四国	13,566
九州	1,536

※各属性において、未設定分はカウントしておりません。

以 上