

四国をぐるっと楽しむ旅アプリ「しこくるり」プロモーション業務

に係る質問に関してのご回答

質問①他媒体との関連性、KPIに至る解析・打ち手の検討・検証など、効果測定をもとに柔軟に施策を変更していく必要はありますでしょうか。

⇒KPIを達成することが明らかな場合は、必ずしも変更する必要はありませんが、KPI達成の確実性を増すため、効果測定に基づく柔軟な施策変更はしていただいても結構です。

質問②「四国経済連合会、四国アライアンスに対し、当機構とともにプロモーションへの協力依頼を行うこと」とありますが、協力依頼はどのような内容になりますでしょうか。

⇒現在、四国経済連合会、四国アライアンスとは、当機構を含む三者で「四国の観光ビジョン」を策定・発表しており、観光振興施策の実施にあたっては協力関係にあります。依頼内容の例として、四国経済連合会加盟企業や四国アライアンス各行の支店などでのチラシ設置依頼、社内イントラでの周知などが想定されます。公募段階での企画提案があれば評価の対象としますが、公募段階で企画提案がなくとも、委託開始後は情報共有の上、依頼内容を提案していただきます。当機構から依頼内容を指示することもあります（委託金額から大幅な予算を割く依頼は想定していません）。

質問③想定されている依頼先数・内容・頻度はありますでしょうか。

⇒質問②の回答をご覧ください。

質問④現状の四国旅ばすをリリースされた際、どのようなプロモーションを行われましたでしょうか？

⇒昨年度は、次の3つを「とっておき！四国キャンペーン」としてWEBプロモーションを実施しました。

【観光周遊ドライブパス ハッシュタグキャンペーン事業】

【私の「とっておき！四国」 エピソードコンテスト事業】

【旅ばす。】

プロモーションの実施内容は次のとおりです。

- ・Facebook/Instagram広告（ランディングページへの流入促進）
- ・YDN広告（ランディングページへの流入促進）

- ・タウン情報誌内に広告（エリア：高知県、愛媛県、四国）
 - ・ANAキャンペーンとの連動企画
 - ・機構及び各県観光協会等にチラシを設置
- その他

質問⑤アナログ施策内でA4 40,000部とありますが、すべて機構様用で、効果的な設置場所については、機構様にご紹介をし、機構様から交渉して頂けるのでしょうか？もし当社で交渉する場合、当社が使用させて頂ける部数をお教えください。

⇒設置による効果が見込まれる施設・場所をご提案いただき、当機構が了承した後に、受託者にて設置の営業・調整を行っていただきます。設置料金が必要な場合は委託予算に含みます。なお、当機構の会員事業者やしこくるり対象施設、各県観光協会等には、当機構から設置依頼を行う予定です。40,000部の内訳は設置可能施設数、施設ごとの設置可能部数によるため、未定です。

質問⑥その他の<例>内 企業とのタイアップとありますが、関係企業一覧にある企業様を意識したほうが良いのでしょうか？

⇒参考事例として掲載したままで、関連企業を必ずしも意識する必要はありません。企画提案事業を実施するにあたり、当機構、タイアップ企業、関連企業間で何らかの調整の必要が生じた場合は、受託者がこれを行うことになります。

質問⑦留意点内 イ． はどういったことでしょうか？

⇒質問②の回答をご覧ください。

質問⑧これまでのiOS/Androidの各ストアへの流入数実績

⇒こちらについてはお答えしかねます。

質問⑨iOS/Androidの各ストアからのアプリ数ダウンロード数実績

⇒質問⑨の回答をご覧ください。

質問⑩ダウンロードされたお客さまの属性を把握できるデータ

⇒次のとおりです。

- ・総登録者数／4,274人
- ・年代別割合／30代`29.9%、40代`23.3%、20代`17.6%、50代16.7%、その他`12.5%
- ・性別割合／男性50%、女性50%
- ・地域別割合／香川32.7%、徳島18.6%、愛媛15.4%、高知4.9%、東京4.3%、岡山3.2%、大阪2.9%、神奈川2.8%、広島2.7%、兵庫2%

質問⑪これまでの約2000ダウンロードを獲得されたときの施策及びそのコスト。

⇒施策に関しては、質問④の回答をご覧ください。コストに関しては、お答えしかねます。

質問⑫施策を実施した際の想定CPIと、実際のCPI

⇒プロモーションに関する詳細なデータのご提供に関しては、お答えしかねます。

質問⑬仕様書_2. 実施目的 「四国をぐるっと楽しむ旅アプリ『しこくるり』」のターゲットまたはペルソナをご教示頂けますでしょうか。

⇒現時点では設定はしていません。広範囲かつ幅広い年齢層にご利用いただきたいと考えています（質問⑩の回答をご参照ください）。企画提案内容にペルソナ設定要素があれば、評価対象とします。

質問⑭仕様書_3. 委託内容_（2）条件_①アナログ施策（必須） 「A4チラシ：40,000部（施設設置用、営業用）」とございますが、施設設置用20,000部・営業用20,000部の認識でよいでしょうか。

⇒質問⑤の回答をご覧ください。

質問⑮既にアプリをダウンロード、利用しているユーザーの情報（性別・年齢層・居住場所・利用場所）の割合を可能な範囲で開示いただくことは可能でしょうか？

⇒質問⑩の回答をご覧ください。

質問⑩「四国をぐるっと楽しむ旅アプリ『しこくるり』」は、「四国旅ぱす。」の現在の機能以外に、追加される機能やコンテンツはありますか。

⇒ア ポイント対象施設に交通、飲食、温浴施設を追加
イ 景勝地の情報掲載
ウ 体験型メニューの予約（API連携）
エ 二次交通の拡充
を検討しています。

質問⑪四国をぐるっと楽しむ旅アプリ『しこくるり』の対象施設は、「四国旅ぱす。」の対象施設と比較して増減はございますでしょうか。

⇒二次交通、温浴施設をはじめとして対象施設の拡充を検討しています。

質問⑫チラシの制作に関して、印刷まで請け負うという認識でよろしいでしょうか。

⇒そのとおりです。チラシのデザイン案をご提案ください

質問⑬チラシの設置場所に関して、有料の場合は700万の予算に含めるのでしょうか。

⇒そのとおりです。詳細は質問⑥の回答をご覧ください。

質問⑭「四国旅ぱす。」リリース時とリリース時以外と合わせてアプリダウンロードの促進プロモーションはどのような施策（デジタル・デジタル以外）を行ったのでしょうか。その際の効果なども合わせてご教示いただきたいです。

⇒質問④の回答をご覧ください。

質問⑮チラシの制作および印刷は両面でしょうか。それとも片面のみの想定でしょうか。

⇒両面を想定しています。

質問⑯8,000ダウンロードについて、アンドロイドとアイフォンの比率はお任せで大丈夫ですか？

⇒日本人のスマホ保有率を加味し、アンドロイド40%および 아이폰60%が望ましいです。

質問②③昨年度やられた施策で有効だったと思われるものはどれでしょうか？

⇒Instagramでハッシュタグを活用したプロモーション施策が効果的でしたが、当該施策に偏る必要はありません。

質問②④昨年の運用数字を教えてください。アプリストアに来られた方の誘導経路、DL率など

⇒こちらに関しては、お答えしかねます。

質問②⑤当予算以外ですでに実施が決まっていることがありますか？

⇒四国DCガイドブックに「しこくるり」の情報を掲載、航空会社とのタイアップによるプロモーションなどです。

質問②⑥8,000DLとアプリのポイント利用率（優良ユーザー）をどのように評価されますか？（ポイント利用についてはアプリ内施策が影響してきます）

⇒アプリ8,000ダウンロード数で評価させていただきます。
しかし、アプリのポイント利用率を高めるための目標および施策を、追加でご提案いただければ、評価対象とします。

質問②⑦ポイント利用ユーザー数は？

（昨年度、DL数に対してどのくらいポイント購入して施設利用されたか？）

⇒7月5日現在、4,418DLに対し、8,287ポイントが利用されております。

質問②⑧setowaとの連携はどのようにになりますか？（アプリDLに有用な連携となるか？）

⇒setowaアプリからしこくるりアプリを購入いただけるように進めております。

質問②⑨「旅ばす。」改め「しこくるり」アプリの顧客獲得目標必達のためのシミュレーションをするにあたり、以下をご教示いただけると助かります。

「現状のiOS/Androidのストアからの流入数実績→アプリインストール数実績」
現状のパフォーマンスやお客さまのふるまいを把握&課題抽出したく思っています。

※もし可能であれば、iOS／androidのログイン情報を頂ければ、こちらで確認ができるので、ご教示いただければ幸甚です。

⇒iOS : 1760 android : 1847

※総ダウンロード数と合計値が一致しないのは、androidが再ダウンロード数を含まないため、差分が生じています。