

【令和7年度「鳥取県移住定住促進Webプロモーション業務」に係る質問回答】

<回答日：令和7年4月7日（月）>

※質問は原文ママ掲載

No	質問	回答
1	目標（35組以上）が達成できなかった場合のペナルティー等がありますか？	ペナルティーはありませんが、KPI達成を意識したWeb広告配信計画をご提案ください。
2	クリエイティブ素材は毎回提供されるとのことですが、修正依頼の余地はありますか？	広告クリエイティブ（バナー画像・動画 等）の制作は、チラシ・LP制作業務を委託する別業者に発注します。 ディスプレイ広告等に使用するバナー画像等は、各イベント・各会場で各規格2種類以上のデザインで制作予定ですが、納品後、制作した別業者に納品物の修正を求めることは現時点で想定しておりません。 クリエイティブの制作段階で、本事業受託者のご意見を取り入れることができる可能性はあります。
3	参加資格として記載はございませんが、鳥取県入札資格等はなくてもよろしいでしょうか？	鳥取県の競争入札参加資格者でなくても、ご参加いただけます。
4	・広告費の予算の目安は各回350,000円程とするが、3.（1）の広告配信計画で広告費と運用手数料の配分についても提案するものとする。 ↑ 上記記載ございますが、各回とは6/29,8/3,11/16/12/14,10/25の合計5回のことを指し、 広告費の予算目安は合計350,000×5回の1,750,000の認識で正しいでしょうか？ 広告費と運用手数料の配分についても提案と記載ございますが、運用手数料は広告費の予算目安の350,000円に含めて良いという認識で正しいでしょうか？ 350,000円はあくまでも広告費実費で運用手数料は別途という認識でしょうか？	ご認識のとおり、Webプロモーションを実施する計5回の大型イベントの、1回分の広告費（実費）の目安が350,000円（税込）ですので、 広告費の総額の目安は1,750,000円（税込）程です。 運用手数料は、広告費（実費）総額の目安：1,750,000円（税込）には含めず、別途ご検討いただきます。 広告費（実費）と運用手数料の配分については、ご提出いただく「企画提案書」「見積書」でご提案ください。
5	仕様書では「LPはイベント実施日の1か月前を目途に公開」 「広告配信時期は当機構と協議の上で決定」とありますが ・検索広告 - テキスト原稿 - キーワード選定 - 各種オプション設定 ・画像広告 - テキスト原稿 についてはLP公開後にLPの内容を確認したうえで検討 設定を進めるという 理解で よろしいでしょうか？ またはLP公開前にイベント概要や日時 場所 特典 LP表記のキャッチコピー(的な文言)などなど広告設定に必要な要素は先行して ご共有いただけるのでしょうか？ あわせて画像広告に使用する画像素材はLP公開と同タイミングでのご共有となるのかもご教示ください	Webプロモーションを実施するイベントの概要（日時・場所・企画内容 等）については、LP公開前に情報提供させていただきますので、 それらを踏まえて、広告設定（広告テキスト（見出し 等）、リスティング広告設定等を含む）をご検討いただきます。 別業者に発注する広告クリエイティブ（バナー画像・動画 等）を、本事業の受託者に提供する時期は、 LPが公開されるタイミングと同じ、イベント実施日のおおむね 1 か月前となる予定です。 広告クリエイティブ制作の進捗状況によっては、LP公開よりも早いタイミングでご提供できる可能性はあります。
6	仕様書内に「Google広告を使用する場合は、 当機構保有の広告アカウントと連携し」とございますが a)現在の広告アカウントが そのまま今回の業者に移管される形になりますか？ b)それとも移管はされず 新たに広告アカウントを作成して 運用する形になるのでしょうか？ このb)のケースでは現在のアカウント内の過去データをダウンロードなど できる期間を設けていただけるのでしょうか？ またa)のケースにおいても Google広告の実費は新しい業者側のクレジットカードで一時立て替え → 後日 貴財団へ請求という形でしょうか？ その際 月次などのタイミングで都度請求することは可能かについてもご教示ください	Google広告アカウントの運用については、「a)当機構が現在運用しているアカウントを、そのまま本事業の受託者に移管する」という方針で考えております。 また、広告費の支払いについては、受託者のクレジットカードを支払情報に登録し、まずは受託者側でお支払いいただきます。 本事業のすべての業務が完了した後に、広告費（実費）と運用手数料の総額をまとめてご請求いただくため、月毎の請求にはご対応いたしかねます。

No	質問	回答
7	本業務が鳥取県の税金を財源とすること また地元企業 経済活性化の観点からも県内業者が優遇されることは自然かつ適切な方針と理解しております そのうえで A)県内業者への発注が県の助成金などの対象となる制度があるかどうか B)ある場合 発注額のうち何割程度が補填対象となるか(例: 1/2 or 2/3 など) をお伺いできれば幸いです(見積時の参考とさせていただきます)	審査の際に県内企業を優遇することはありません。審査基準については、「審査要領」をご確認ください。 また、当方で把握する限り、本事業を受託する際の助成金等はありません。
8	可能な範囲で構いませんので ・ 今回の公募における最終の応募社数 ・ その内訳 - 県内業者数 - 県外業者数 をご共有いただけますと幸いです	最終の応募社数については、審査結果において公表することとしております。 なお、本プロポーザルにおいて、応募企業の所在地（県内・県外）に制限はありませんので、公開予定はありません。 （※審査結果の公表については、実施要領「8 評価及び選定方法（3）」をご確認ください。）
9	(1)総事業費 2,290千円（消費税及び地方消費税含む）とのことですが内訳について次のように理解しております (2)広告実費: 各回 350千円 × 5回 = 1,750千円 こちらは税抜きでしょうか？ 業務委託料: (1) - (2) × 110%(消費税) = 約365千円（消費税及び地方消費税含む）← 純粋な業者側の費用 この理解で正しいか ご確認いただけますでしょうか	委託金額の上限は「2,209,000円（消費税及び地方消費税含む）」です。 Webプロモーションを実施する計5回の大型イベントの、1回分の広告費（実費）の目安が350,000円（税込）ですので、広告費の総額の目安は1,750,000円（税込）程です。 運用手数料は、広告費（実費）総額の目安：1,750,000円（税込）には含めず、別途ご検討いただきますが、広告費（実費）と運用手数料の配分については、ご提出いただく「企画提案書」「見積書」でご提案ください。
10	Web広告のみが対象か、それともSNS（例：Instagram、X、TikTokなど）での配信も含まれるのか？ SNS投稿やインフルエンサー施策など、Web広告以外のデジタルマーケティング施策は提案可能か？ ターゲット層に対して相乗効果が期待できる仮説がある場合、アナログ広告（例：交通広告、チラシ、イベント連携など）の提案も可能か？	Webプロモーション施策として、Web広告配信を主軸として考えておりますが、仕様書「（3）イベント集客にかかる独自提案」にあるとおり、イベント集客を図るための独自の手段等による情報発信等がある場合は、委託料の範囲内でご提案ください。
11	Web広告以外の施策が許容される場合、その予算配分はどのように考えればよいか？	（Web広告以外の独自提案がある場合） Web広告費とWeb広告以外の施策にかかる費用の配分について、当方から指定はありません。 イベント集客に効果的と見込まれる施策、そしてその費用配分を、ご提出いただく「企画提案書」「見積書」でご提案ください。
12	クリエイティブ（バナー・動画・テキスト広告など）の制作・修正は受託者側で対応できるのか？ もし支給される場合、ABテストや最適化のための改変・調整は可能か？	広告クリエイティブ（バナー画像・動画 等）の制作は、チラシ・LP制作業務を委託する別業者に発注し、その納品物を本事業の受託者に提供します。 ディスプレイ広告等に使用するバナー画像等は、各イベント・各会場で各規格2種類以上のデザインで制作予定ですが、納品後、制作した別業者に納品物の修正を求めることは現時点で想定しておりません。 当方から提供（支給）された広告クリエイティブを、本事業の受託者が修正することについては、別業者に確認が必要なため、現時点でその可否についてはお答えできかねます。 また、当方から提供（支給）する広告クリエイティブとは別に、本事業の受託者が独自で広告クリエイティブを制作して、広告を配信することは可能です。
13	LPの内容・デザインについて、受託者側で変更・最適化（LPO）を行うことは可能か？	本事業の受託者がLPの内容・デザインを変更・最適化することについては、LP制作業務を委託する別業者に確認が必要なため、現時点でその可否についてはお答えできかねますが、LP等の制作段階で、受託者のご意見を取り入れることができる可能性はあります。
14	クリエイティブやLPの変更提案を行う際のフロー（承認プロセスや修正頻度の制限など）は？	広告クリエイティブやLPの変更提案の可否については、LP制作業務を委託する別業者に確認が必要なため、現時点ではお答えお答えできかねますが、LP等の制作段階で、受託者のご意見を取り入れることができる可能性はあります。

No	質問	回答
15	指定の広告プラットフォーム（Google 広告、Meta 広告、Yahoo!広告、LINE 広告）の使用は必須か？ 上記以外の広告プラットフォーム（例：TikTok広告、X広告など）の提案も可能か？	仕様書「3（1）（イ）広告プラットフォームについて」に記載されている広告プラットフォームは、 当方が配信経験のある媒体ですが、これらの使用は必須ではありません。 TikTok広告、X広告等のプラットフォームも使用可能ですので、「企画提案書」でご提案ください。
16	複数の広告プラットフォームを組み合わせる際の優先順位や推奨割合はあるか？	広告プラットフォームを選択する際の優先順位や組み合わせの推奨割合について、当方から指定はありません。 イベント集客に効果的と見込まれるプラットフォームを、ご提出いただく「企画提案書」「見積書」でご提案ください。
17	大阪（6月）開催の「とっとり移住フェア」に向けた広告配信の準備期間が極めて短いが、この点について発注者側は認識しているか？ 契約締結後、速やかに広告運用を開始するための事前準備（クリエイティブ制作、LP調整、アカウント設定など）は可能か？ KPI達成に向けて、6月のイベントに関する広告運用を前倒しすることはできるか？ 初期配信の遅延による影響をどのように考えているか？代替施策の提案は可能か？	本事業の契約締結は「4月下旬～5月上旬」を予定しております。 Webプロモーションを実施する最初のイベントは「とっとり移住フェア（6/29 大阪）」であり、 5月下旬頃から広告配信を開始したいため、準備期間が他4回のイベントと比べて短くなることについては認識しておりますが、 別業者に委託するチラシ・LP制作業務についても年度替わりの4月から着手するため、 イベントのメインビジュアルが完成し、広告クリエイティブ（バナー画像・動画 等）を本事業の受託者へ提供できるのは、5月中～下旬頃となるスケジュールとなっております。 （※他4回のイベントについても、LP等の納品時期が、イベント実施日のおおむね 1 か月前程になる可能性もあります。） 別業者と相談、調整し、イベント広報物の制作スケジュールをできる限り前倒しできるように努めますが、 本事業の契約締結後、先んじてセグメンーションやターゲティング、広告アカウントの設定や効果測定に必要な設定等の作業を進めていただき、 KPI達成に向けた広告配信計画（代替施策含む）を策定、実施いただきますようお願いいたします。