

公募型プロポーザル 実施内容等に係る質問及び回答

令和4(2022)年4月5日
 栃木県総合政策部地域振興課

| No. | 質問内容 | 回答 |
|-----|--|--|
| 1 | <p>・過去施策の「検索連動型広告」は、どのような検索キーワード、かつベリーマッチとちぎ内のどのページに対しての入札であったか。</p> | <p>検索キーワードは、「移住+栃木県(市町名)」等の栃木県への移住が限定されているキーワードをはじめ、「田舎+移住」等の栃木県とは限定されていないが、親和性のあるキーワード、「サーフィン+移住」等の栃木県とは関連性が見受けられないものの、移住を検討されている層が検索していると推測されるキーワードを設定しました。</p> <p>遷移先については、ベリーマッチとちぎTOPページやベリーマッチとちぎ内「とちぎのこと」、ベリーマッチとちぎBizなど、それぞれのキーワードに適した遷移先を設定しました。</p> |
| 2 | <p>・ベリーマッチとちぎのLINE公式アカウントではLINEマガジンを配信されていると思われるが、配信されているコンテンツ内容や配信方法(LINEのトーク画面で文章を送っているのか、もしくはベリーマッチ栃木で用意しているコンテンツへの流入を促しているのかなど)はどのようなものになるのか。</p> <p>・またLINEマガジンの更新頻度(予定含む)をどの程度か。</p> | <p>配信方法は、文章+リッチメッセージとしています。コンテンツ内容については、ベリーマッチとちぎ内「イベント・体験情報」に掲載のある情報を配信することを基本としていますが、その他移住希望者にとって有益と思われる情報を幅広く配信しています。</p> <p>なお、ベリーマッチとちぎ内「イベント・体験情報」に掲載のある情報については、当該ページをリッチメッセージの遷移先とし、コンテンツへの流入を促しています。</p> <p>また、配信頻度は月に2回程度としており、月初と15日を目安に2コンテンツずつ配信しています。</p> |
| 3 | <p>・ベリーマッチとちぎには会員データベース(メールアドレス、氏名、年齢、性別など)は持ち合わせているか。</p> | <p>データベース化はしていません。</p> |
| 4 | <p>・過去「他県から見た栃木県の魅力(特に居住地という観点にて)」を調査されたことはあるか。</p> | <p>過去(平成30年度)に実施しました。その結果は別添のとおりです。</p> |

| | | |
|---|--|---|
| 5 | <ul style="list-style-type: none"> ・栃木県への移住を検討されている方によって、同時に移住先の候補（比較対象）としてよくあげられる県はあるか。 | <p>仕様書に添付の参考資料や、市場調査結果等の分析を行った上で、本県の USP を明らかにし、本事業におけるターゲット設定と本事業を通じたカスタマージャーニーについての仮説を設定してください。</p> |
| 6 | <ul style="list-style-type: none"> ・近隣他県（群馬、埼玉、茨城等）と比較した際の栃木県の強みはあるか。※助成制度なども含めて ・合わせて栃木県が近隣他県（群馬、埼玉、茨城等）と比較した際に、移住先として選ばれない理由に考えられるものはあるか。 | |
| 7 | <ul style="list-style-type: none"> ・参考資料3「令和3(2021)年移住者アンケート」のアンケート対象者を教えていただくことは可能か。 | <p>対象は、栃木県外から転入した方（転入の理由が転勤や進学である方を除く）のうち、市町において選定した方です。</p> <p>県又は市町の移住者インタビュー等に応じてくださった方、移住支援金を受給した（又は移住支援金の交付決定を受けた）方、市町の移住支援等の施策の対象となった方、地域おこし協力隊（OB、OG 含む）などから選定されていることが考えられます。</p> <p>なお、対象者個人について公開することはできません。</p> |
| 8 | <p>栃木県が計画している「何年後までに移住・定住者を何人増やす」などの目標はございますでしょうか。</p> <p>栃木県版 第2期「まち・ひと・しごと創生総合戦略」によりますと、栃木県の人口が2060年までに130万人まで減少すると予測されており(P.12)、人口の将来展望と目指す方向では2060年に150万人以上を確保することが目標(P.18)（現在は約190万人）とございますが、本事業における目標がございましたら、お聞かせいただけますでしょうか。</p> | <p>本県は、移住・定住者数ではなく、移住相談件数を同戦略にてKPIとして設定しています。県及び市町で受けた移住相談件数を2024年までに8,350件に増加させることを目標としています。</p> |

| | | |
|----|---|---|
| 9 | <p>・仕様書 1 ページ、5 事業の目的</p> <p>「令和 2 (2020) 年度から取り組んでいるデジタルマーケティングを活用したデジタル広告の配信事業（本事業の前身事業）の効果もあり、上述ランキングにおいて 2020 年は 13 位、2021 年は 9 位になるなど、一定の効果があつたと考えられる。」と記載がありますが、2020 年度、2021 年度の広告配信において、その配信媒体及び各媒体毎の配信数や誘導数の結果、および媒体毎のコンバージョン数等をお教え願えますでしょうか。</p> | <p>令和 3 (2021) 年度の配信媒体は、以下のとおりです。なお、全体配信の平均誘導単価は 17 円でした。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ディスプレイ広告 (Google、Yahoo!) ・リスティング広告 (Google、Yahoo!) ・ Facebook ・ Twitter ・ DSP 配信 |
| 10 | <p>・仕様書 3 ページ、(2) ターゲットに向けた広告配信 ア (イ)</p> <p>ディスプレイ広告におけるバナーのサイズ展開は、過去はどのようなサイズ展開をされていましたでしょうか。</p> | <p>令和 3 年度のディスプレイ広告（レスポンシブディスプレイ広告）におけるバナーサイズは、以下のとおりです。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 300 × 300 ・ 1200 × 628 |
| 11 | <p>・仕様書 3 ページ目、(2) ターゲットに向けた広告配信 ア (イ) c</p> <p>「本件の USP を明らかにした上で」と記載がございますが、ご参考までに 2020 年度、2021 年度に設定された USP をご教示いただく事は可能でしょうか。</p> | <p>過去に設定した USP は公開いたしません。仕様書に添付の参考資料や、市場調査結果等の分析を行った上で、本県の USP を明らかにし、本事業におけるターゲット設定と本事業を通じたカスタマージャーニーについての仮説を設定してください。</p> |
| 12 | <p>・仕様書 5 ページ、(3) 目標設定 ア</p> <p>参考として令和 2 年度および令和 3 年度 2 月末現在のセッション数を記載いただいておりますが、こちらを広告、自然検索、その他に分けたセッション数でお答えいただけますでしょうか。</p> <p>また、広告、自然検索、その他のコンバージョン数を合わせてご教示頂けますよう、お願い申し上げます。</p> | <p>令和 3 年度 2 月末現在のセッション数のうち、広告経由が 673,366 件、その他（自然流入含む）が 70,883 件でした。</p> <p>また、令和 3 年 2 月のコンバージョン 13 件は、全て広告経由のものでした。</p> |
| 13 | <p>・仕様書 5 ページ、(3) 目標設定 ウ</p> <p>ランディングページ内におけるコンバージョン指数とありますが、こちら具体的にイメージできておらず、恐れ入りますが、ページ内で具体的にこういった指数を設定されていたか、過去の事例をお知らせ願えますでしょうか。</p> <p>また、2020 年度、2021 年度それぞれの目標設定や、達成目標指標はどのようなものであったかをお知らせいただけませんかでしょうか。</p> | <p>令和 3 年度は、各配信媒体の表示回数、クリック単価等をシミュレーションし、毎月目標設定をしたうえで運用をしていました。</p> <p>目標達成のために効果的と考えるコンバージョン達成目標の設定をお願いいたします。</p> |

| | | |
|----|---|---|
| 14 | <p>・仕様書 7 業務内容 (2) ターゲットに向けた広告配信 ア. ディスプレイ広告 (イ) ターゲットに応じた広告物の制作 a「ターゲット別に期間中、10パターン以上のクリエイティブ作成」部分に下線が引っ張ってありますが、下線にしている意味や10パターンという数字に意味合いなどあればお教えいただきたいです。</p> | <p>参考資料1に記載のレベルと対応する事業において、本事業が対応する各レベルに対し、2つ以上のクリエイティブを作成(ABテストを想定)し、短期間でPDCAサイクルを回すことで、クリエイティブの最適化を図り、事業効果を高めたいという趣旨です。</p> |
| 15 | <p>・仕様書 7 業務内容 (2) ターゲットに向けた広告配信 ア. ディスプレイ広告 (イ) ターゲットに応じた広告物の制作 c USPの発掘について、これまでの栃木県で行ってきた具体的USPの表現内容とその評価などあれば教えていただきたいです。</p> | <p>過去に設定したUSPは公開いたしません。仕様書に添付の参考資料や、市場調査結果等の分析を行った上で、本県のUSPを明らかにし、本事業におけるターゲット設定と本事業を通じたカスタマージャーニーについての仮説を設定してください。</p> |
| 16 | <p>・仕様書 7 業務内容 (2) ターゲットに向けた広告配信 エ. 他事業の広告配信 「参考資料6(実績合計:480万円程度配信)」が、広告配信プランの参考にする取り組み資料である「参考資料2」と重複する部分があると思います。こちら2つの参考資料をどちらも合わせて、予算内で効果的な広告配信プランをご提案するという認識で、お間違いないでしょうか。</p> | <p>参考資料6に記載の(1)~(3)及び、市町が実施する事業について、広告配信プランに計上してください。事業を運用していく中で、配信予算残などを活用し、参考資料2と6の重複しない事業等について県と協議の上、広告配信を行うことがあります。</p> |
| 17 | <p>・仕様書 7 業務内容 (3) 目標設定 ア 配信スタートのタイミングによって、年度内の合計の相談件数の目標値も変わるとは思いますが、配信スタート(契約締結)のタイミングも、配信プランを鑑みてご提案させていただき認識でお間違いないでしょうか。</p> | <p>契約の時期については、5月中旬を想定しています。配信スタート時期については、契約後準備が整い次第、可及的速やかに配信いただくこととなります。</p> |
| 18 | <p>・参考資料4 こちらについて、定性的ではありますが、よくある具体的な相談内容や、相談から移住までのおおよその期間(3ヶ月or5ヶ月など)などわかる範囲でお教えいただきたいです。</p> | <p>令和3年度は、アクセスや気候、子育て環境等に関する相談が多くありました。 相談から移住までの期間については、移住希望者により大きく異なりますが、1年以内に移住を希望する方が過半数いました。</p> |