

## 質問書に対する回答

松戸市シティプロモーション推進事業 PR 戦略及びメディアリレーション等業務委託の募集に関する質問について、次のとおり回答します。

No.	項目	質問内容	回答
1	・PR 活動に関して	・「現在進めているプロモーション活動および本市が進める施策」とありますが、現状進んでいるプロモーションや施策について具体的にご教示ください。	<p>本事業では、市の魅力や暮らしやすさ、市が取り組む各種事業を市内外に効果的に発信し、本市の認知度や都市イメージの向上、本市への愛着や誇りの醸成を図ることにより、市外からの転入促進・市民の定住促進を図り、将来にわたり本市の人口規模(50万人規模)の維持につながるようプロモーション活動を行っています。</p> <p>具体的な活動は大きく2つの柱があります。柱1「メディアを活用したPR活動」として、PR専門事業者と連携した各種メディアにおける本市情報の無料露出の獲得、FMラジオ局における本市の魅力発信番組やCMの放送、インターネットプレスリリースによる本市施策やイベントの発信、都内の街頭ビジョンなどでの本市CM放映、電車内広告掲出などを行っています。</p> <p>次に柱2「まつどやさしい暮らしラボ」を中心とした市民目線での魅力発信」として、市民プロジェクトメンバーと共にPR活動を行っています。</p> <p>「まつどやさしい暮らしラボ」  <a href="http://matsudo-yasashii-labo.jp/">http://matsudo-yasashii-labo.jp/</a></p>
2	PR 活動に関して	仕様書の「5. 業務内容」にメディアリレーション業務のターゲットについて「首都圏エリア、特に東京都内及び本市の近隣区・近隣市に住んでいるまたは働いている、子育て世代や若者世代を主なターゲット」とありますが、近隣で競合自治体、ベンチマークはあり	<p>特定の自治体ではなく、本市と類似する首都圏の住宅都市である近隣自治体とは競合するものと考えます。そのため、他自治体のプロモーション活動の状況を把握することは、本市ならではの強みや魅力を有効的に活用した効果的なプロモーション活動を展開するうえで、不可欠と考えております。</p>

		ますでしょうか。あればご教示ください。	
3	松戸市のイメージに関して	現状の認知度、知名度、都市イメージについてどう感じているらっしゃるかご教示ください。	<p>市外調査の結果、本市の位置や特徴を正確に知っている割合は、微増傾向ですが、まだまだ低いことや、自由記述の中で、昨年大きな事件が続いた影響もあり治安が悪いという回答が複数あることが課題と考えています。</p> <p>これに対し、認知度・都市イメージの向上を図るため、都心から交通アクセスが良く、都心に近いのに緑が多いことや、歴史も大切に受け継がれていること、また「共働き子育てしやすい街ランキング 2017(日経 DUAL 調査)」全国編グランプリを受賞したことをはじめとする本市の暮らしやすさなど本市の魅力を市内外に広く知っていただき、本市の掲げるスローガン「やさシティ、まつど。」に象徴される「松戸ってやさしい」という、街・人・暮らしがやさしいというイメージを浸透させるプロモーション活動を進めています。</p>
4	ベンチマークに関して	話題を喚起し、注目度が高まるような仕掛けを展開できていると思う他の自治体、また、そのような観点でベンチマークしている自治体があれば、ご教示ください。	特定の自治体を意識した PR 活動は行っておりません。
5	メディアアプローチに関して	特に露出していきたいテレビ番組、雑誌、新聞、WEB など、ございましたらご教示ください。	テレビ番組では、本市の魅力を広くご紹介いただける街歩きなどの散歩系の番組や、訪問意欲を喚起できるスポットからのお天気やグルメ中継を想定しています。雑誌、また WEB などでは、特に子育て世代をターゲットとしたものに露出していきたいと考えています。
6	メディアアプローチに関して	仕様書の「5. 業務内容(2)メディア露出のためのパブリシティ活動の④各種メディアとのリレーション構築」とありますが、貴市担当者との良好な関係構築にあたり、こちらは同	メディアとの良好な関係構築は、専門事業者の豊富な経験に基づく最良な手法により行われることが肝要であると考え、同行面会を希望するものではありません。最終的な目標といたしまして、各種メディアに松戸の良さが浸透し、継続的に本市を取り上げてもらえるような関係を構築したいと考えております。

		行面会の実施を希望されるということでしょうか。	
7	メディアアプローチに関して	ラジオへのメディアアプローチとありますが、具体的にどのジャンルへのアプローチを想定しているか、ご教示ください。	番組のジャンルの特定は考えておりませんが、効率的に子育て世代(20代~40代)に情報が届くように、FM ラジオを想定しており、本市の魅力やイベント情報の発信や、生レポートの実施を考えます。
8	プロモーション、イベント、行事に関して	・現在進めているプロモーション活動、本市が進める施策などとは具体的にどんな事でしょうか？	「No.1」の回答をご参照ください。
9	プロモーション、イベント、行事に関して	代表的な各種イベントおよび伝統行事はどのようなものがございますか？	<p>代表的なイベントとして「松戸まつり」や市内各所で開催される「桜まつり」、21世紀の森と広場で開催される「松戸モリヒロフェスタ」などがあります。詳しくは公募配布資料の「参考資料」ならびに本市ホームページ「まつどの観光・魅力・文化」をご覧ください。</p> <p>なお、伝統行事としては、旧松戸宿ゆかりの行事「坂川献灯まつり」・松戸神社の神幸祭・萬満寺の仁王の股くぐり・三匹獅子舞(日枝神社・風早神社など)などがあります。</p> <p>「まつどの観光・魅力・文化」  <a href="http://www.city.matsudo.chiba.jp/miryoku/kankoumiryokubunka/index.html">http://www.city.matsudo.chiba.jp/miryoku/kankoumiryokubunka/index.html</a></p>
10	プロモーション、イベント、行事に関して	いちばん注力しているプロモーション・イベントは何になりますでしょうか？	スローガン「やさシティ、まつど。」を掲げ「松戸＝やさしい」というイメージの浸透を進めるなかで、特に「子育てにやさしいまち」としてのイメージのPRに注力しています。
11	プロモーション、イベント、行事に関して	既存にあるイベント、行事などのほかに、弊社がPRコンテンツの開発、ご提案させていただく事も可能でしょうか？	話題を喚起できる仕掛けとなる提案を、是非よろしく申し上げます。

12	PR、メディア露出に関して	<ul style="list-style-type: none"> <li>・獲得するメディア露出量の目安はどれぐらいをイメージされていますか？KPI の設定があればお願い致します。</li> <li>・昨年のメディア露出量を教えていただく事はできますでしょうか？</li> </ul>	<p>昨年度は、春に全国放送されるような大きな事件が続き、夏までは本市の魅力情報が取り上げられることはほとんどありませんでしたが、秋から露出が増え、テレビでは 40 件を超える露出がありました。本年度も更なる無料露出の拡大(特にテレビ)を目指しています。KPI については、市外における本市の認知度・本市への訪問意欲・本市への居留意欲の向上、また市内における定住意欲の向上です。</p>
13	PR、メディア露出に関して	過去、このような PR プロモーションを外部委託された事はございますか？	平成 28 年度より外部委託を実施しています。
14	PR、メディア露出に関して	過去に外部委託したことがある場合、評価の高かった施策にはどのようなものがあったのでしょうか？	テレビにおける無料露出機会が格段に増えたことについて、市内外からの反響が大きかったことと、市役所内部からも高い評価を得ました。
15	PR、メディア露出に関して	今回最も期待したい事、強化するメディアは何ですか？	これまでに引き続き、テレビの露出獲得に重点を置いています。複数のメディアや手法を組み合わせることで、露出の相乗効果を狙える企画にも期待しています。
16	PR、メディア露出に関して	ニュースリリースの配信は期間中何本ぐらいを見込みますか？	旬な観光情報やイベント、他自治体にさきがける市の取り組みなど、でき得る限り最大限の配信をお願いします。 (H29 年度配信数 45 件・掲載数 1,771 件、H28 年度配信数 42 件・掲載数 1,636 件)
17	PR、メディア露出に関して	期間中最も露出率を高めたい期間などはあるのでしょうか？	本市への訪問意欲向上の視点では、特に桜・あじさい・梨の季節を重視します。また、本市への居留意欲向上の視点では、異動や転勤などで転出入が増える時期に向け転居先を検討する夏頃と冬頃を重視します。