

ターゲット訴求を意識したデジタルによる観光情報発信業務委託公募型プロポーザルに対する質問・回答

No.	資料名	項目	質問内容	回答
1	仕様書	3. 委託業務の内容	昨年の広告運用のKPIはリーチ数でしたが、今年は流入数になっている理由を教えてください。	この事業では、「とやま観光ナビ」の記事コンテンツによる情報発信を目的としているため、今年度は2万回以上のページ流入と設定しています。なお、「仕様書（2）目標値（KPI）の設定」にあるように、KPIはページ流入数とは別に設定していただくものとしております。
2	仕様書	3. 委託業務の内容	仕様書では「4本以上」とございますが、4本を超える本数を提案した場合、より望ましい提案内容として受け止めていただける可能性はありますでしょうか。（リソース配分を検討するため、貴県のご意向を参考にできれば幸いです）	記事本数を増やすことは、その意図が明瞭であれば独自提案の範囲で受け取ります。
3	仕様書	3. 委託業務の内容	仕様書上、主に広告配信による認知獲得にあわせて自然検索（オーガニック検索）による中長期的な流入も見据えたSEO施策を盛り込むことも、富山県様として望ましいと捉えておりますが、SEOに最大限注力する記事構成とする場合、検索ニーズやキーワード最適化を最重視するため、記事のタイトル・表現や構成に一定の制約が生じる可能性がございます。 つきましては、貴県としてSEO施策への注力レベルについて、高・中・低のいずれの程度を想定されているか、参考までに差し支えない範囲でお伺いできますと幸いです。	将来的な流入数の増加も見込み、制作ページのSEO対策は重要だと考えています。ただし、県との協議が必要です。
4	仕様書	3. 委託業務の内容	「広告は、各回2万回以上ページ流入するよう設計すること」について、記事4本の場合の合計流入数は8万回になりますでしょうか。	ご認識の通りです。
5	仕様書	3. 委託業務の内容	配信後の効果検証について、YouTubeで媒体原価300万円以上の配信を行うと、広告によって認知度・意向がどれだけ向上したかを調べることができるブランドリフト調査が有効です。一方、YouTube広告は動画視聴に特化しておりサイト流入単価が高くなるため、流入数の最大化にはつながりません。その点踏まえ、サイト流入と事後分析の重要度の比重を教えてくださいいただけますでしょうか。	事業の目的が達成されていれば、さらなるサイト流入促進や事後分析の方法については、独自のご提案の範囲内でご対応ください。
6	仕様書	3. 委託業務の内容	「「とやま観光ナビ」管理画面より入稿、編集作業を行うこと（写真だけでなく段落途中 に動画を加えることも可能）」とあるが、動画素材は県公式youtubeにUPしたものを掲載する流れか。それともサイト上にmp4を埋め込む形になるか。	動画素材の場合は、YouTubeのリンクを掲載していただきます。動画の掲載には「とやま観光推進機構」のアカウントも使用していただけます。ただし、県と協議が必要です。
7	仕様書	3. 委託業務の内容	「「とやま観光ナビ」管理画面より入稿、編集作業を行うこと（写真だけでなく段落途中 に動画を加えることも可能）」とあるが、動画以外に設置可能なコンテンツはどのようなものがあるか。例：GoogleMAPやSNS投稿など。	記事内に設置できるコンテンツは、スポット表示（「とやま観光ナビ」内のスポット・体験のページへのリンク挿入）、地図表示、動画表示、会話形式となります。
8	仕様書	3. 委託業務の内容	「制作したページは、観光ナビ内の1つのランディングページに一括して掲載すること」とあるが、現サイト内のページで具体的にどのような掲載になるか（別案件サンプルなどを頂けると助かります）	「決定版！もらって嬉しい、買って嬉しい富山のお土産特集まとめ（ https://www.info-toyama.com/stories/omiyage ）」のように、各ランディングページをまとめたランディングページの作成を想定しています。
9	仕様書	3. 委託業務の内容	「必要に応じて、特集記事で取り扱ったスポットについて「とやま観光ナビ」のデータベースに新規登録を行うこと」とあるが、具体的に登録に必要な情報の項目数や内容、作業手順はどのような流れか。	管理画面において、「スポット・体験」の中にスポットの基本情報（スポット名、住所、電話番号等）を新規でご登録をいただくことを想定しています。

10	仕様書	3. 委託業務の内容	「広告は、各回2万回以上ページ流入するよう設計すること」とあるが、各回というのは制作した各記事という意味合いであっているか。また、製作記事4本以上、一括掲載LPで本事業の実施時に合計5ページが新規制作されるが、最低5回の広告を実施という認識でよいか。	広告配信は特集記事に対して行い、特集記事をまとめたランディングページの広告は想定していません。
11	仕様書	3. 委託業務の内容	広告を2万回以上ページ流入するとあるが、その回数を設定された根拠となる実施された広告内容はどのようなターゲット設定のものか。	広告は、首都圏・関西圏・東海圏を対象の男女の若年層のうち旅行や観光に興味がある方をターゲットとして配信しました。
12	仕様書	3. 委託業務の内容	制作する記事コンテンツを他媒体にも掲載（一部転載）し、とやま観光ナビへの誘客を行うという提案は可能でしょうか。	「とやま観光ナビ」の流入増加のための明瞭な意図があれば他媒体への転載も可能ですが、県との協議が必要です。
13	仕様書	3. 委託業務の内容	記事の制作について、制作する記事（4本以上）はすべて取材は必須でしょうか。	既存の写真および情報をもとに作成することが可能であれば、必ずしも取材する必要はありません。ただし、県との協議が必要です。
14	仕様書	仕様書 別紙1	別紙1内の表1/表2のターゲット像について、想定している割合や優先度があればご教示ください。	別紙1に示したターゲット像は例示として示しているもので、各ターゲット像に優先度に差はありません。目的を達成するために自社データ等に基づいたターゲティングを提案いただく際のターゲット像設定の参考としてください。
15	仕様書	仕様書別紙1	ターゲット設定について、別紙1にある旅行先として富山県を検討していない潜在的なターゲットは、若年層を除いて想定されうるほぼ全てのターゲットになるかと思うが、この中でも特に強く訴求されたいターゲットは？	別紙1に示したターゲット像は例示として示しているもので、各ターゲット像に優先度に差はありません。目的を達成するために自社データ等に基づいたターゲティングを提案いただく際のターゲット像設定の参考としてください。
16	その他		昨年のリーチ数のKPIに対する実績と評価を教えてくださいませんか	昨年度の事業実績は公開しておりません。
17	その他		来県者の年齢層、旅行形態の実態を公開いただけるか。公開いただけない場合は、参照できるものがあるか。	「とやま観光ナビ」内の『富山で休もう。ツーリズム統計基盤「TOYTOS」（トイトス）』にて、「とやま観光ナビ」の富山県観光ウェブアンケートデータを公開しています。 「 https://www.info-toyama.com/stories/toyama_tourismdata 」
18	その他		前年度のKPIは何を目標にしていたか。具体的な数値目標と結果を開示いただけるか。	昨年度は、スクロール率、サイト回遊率、セッション率をKPIに設定していました。具体的な実績は公表しておりません。
19	その他		前年度の事業で作成した特集ページを教えてください。	昨年度の事業で作成した特集ページは下記リンクからご確認いただけます。 「 https://www.info-toyama.com/stories/hitotoyama_202502 」
20	その他		とやま観光ナビの月間PV数、UU数を教えてくださいませんか。また、ユーザーの回遊率、直帰率などもご教示いただけますと幸いです。	「とやま観光ナビ」の令和7年4月の実績は、約159万PV、約54万UUです。ユーザー回遊率と直帰率は公表しておりません。 なお、「とやま観光ナビ」内の『富山で休もう。ツーリズム統計基盤「TOYTOS」（トイトス）』にて、「とやま観光ナビ」のアクセスデータを公開しています。 「 https://www.info-toyama.com/stories/toyama_tourismdata 」
21	その他		制作した記事の掲出場所はサイト内のどこになりますでしょうか。また、昨年度受託企業の制作した記事はサイト内のどこに格納されていますでしょうか。	作成した記事は、「とやま観光ナビ」内の「特集」で掲載することとします。また、昨年度の事業で作成した特集ページは下記リンクからご確認いただけます。 「 https://www.info-toyama.com/stories/hitotoyama_202502 」