

令和2年度 国内需要安定化事業
 鉄道を活用した誘客プロモーション業務【関西圏】に係る
 タイアップ型コンペティション質問回答

No.	質問	回答
1	<p>応募要綱 P5 (4) の 4 つ目、「・連携事業者の自社媒体等の利用に係る～」の箇所についてですが、「連携事業者の直近年度の決算報告（単独の損益計算書）における営業利益率をもって算出すること」とは、社全体ではなく、今回のプロモーション使用媒体のみに対する営業利益率との認識でよろしいでしょうか？</p>	<p>想定されている使用媒体の証憑書類が提出できない場合は、応募要綱 7. 応募書類等（4）の 4 つ目に記載のある通り、OCVB と契約を締結する事業者の直近年度の決算報告（単独の損益計算書）における営業利益率（小数点以下切り捨て）をもって算出することとします。本事業で活用する媒体による売り上げが含まれる部門（例：運輸業、不動産業）単独の営業利益率の明示が可能であれば該当部門の営業利益率を使用できるものとしますが、明示できない場合は会社全体の営業利益率を適用いたします。</p>
2	<p>「憩うよ、沖縄。」プロジェクトにて紹介される防疫型沖縄旅行プランについて、具体的な内容をご教示ください。</p>	<p>防疫型沖縄旅行プランとしては、「新しい生活様式」及び「新しい旅のエチケット」に即し、新型コロナウイルス感染拡大防止策に取り組む事業者を中心に可能な限り 3 密回避の対策を行っているコンテンツ等、コロナ禍においても安心安全に楽しめる観光コンテンツを推奨しています。</p>
3	<p>継続して実施されている関西での鉄道を活用した誘客プロモーション業務について、過去事業での成果と課題をご教示ください。</p>	<p>昨年度の実施内容は下記の通りです。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・中吊り、駅貼り広告、インタラクティブ展開（掲出期間 3 日間～7 週間） ・プロモーションサイト（開設期間 2 か月）・・・PV 数約 3 万、UU 数約 2 万 4 千 ・物産品の販売（約 3 週間）・・・来場者数約 1 万 8 千人 ・旅行会社セミナー・・・参加者数約 50 名 ・SNS（メルマガ、広告配信等）・・・アプローチ数約 27 万人 ・アンケート・・・応募数約 1 万 5 千件 <p>昨年度は沖縄旅行未経験者に向けて「歴史」をフックにプロモーションを実施しました。結果として歴史に興味関心の高い中高年層や神秘的魅力に興味を持つ若い女性層にリーチが出来たと考えています。</p> <p>課題としては、SNS での情報発信は十分に行えたもの、二次波及につながる施策が足りなかったと考えております。</p>
4	<p>仕様書 P.3「今後も外出自粛等の移動制限が出てくる可能性もふまえ、ターゲットへ効果的にリーチできる広告手法・展開とすること。」について、新型コロナウイルス感染症の影響によりご提案した施策が実施不可能になった場合の代替案をご提案することは可能でしょうか。</p>	<p>外出自粛等の移動制限が出てくる可能性もふまえて、実施可能とする手法・展開のご提案をお願いしております。ご提案内容が実施不可能になることも想定される場合は、企画提案書にて代替案をご提示ください。</p>

5	今回のプロモーション実施時期について、予想されている時期が有りましたらご教示ください。	仕様書3. 企画提案内容(8) 事業実施対象期間に記載のある令和2年11月～令和3年2月15日の期間の中で、ターゲットに効果的にリーチできる期間を設定していただきますようお願いいたします。
---	---	--