

足立区外へ向けたシティプロモーション支援業務委託 説明書に関する質問及び回答

番号	該当箇所	質問内容	回答
1	2参加表明に関する事項 (1) ウ 直近3年分決算にかかる以下の財務諸表	<ul style="list-style-type: none"> （ア）（イ）（ウ）に関して、正本1部、副本2部の計3部を提出する認識でよろしいでしょうか。 また、副本についても、提案者が特定できる項目を削除する認識で間違いないか、併せてご確認いただけますと幸いです。 	<ul style="list-style-type: none"> ご認識のとおりです。（1）ア 参加表明書、イ 技術資料、ウ 直近3年分決算にかかる財務諸表（ア）～（ウ）はすべて正本1部、副本2部の計3部をご提出ください。 正本1部は提案者が特定できる項目は消さずにそのままご提出ください。副本2部のみ提案者が特定できる項目を黒塗り（削除）してご提出ください。
2	2参加表明に関する事項 (1) ウ 直近3年分決算にかかる以下の財務諸表	<p>副本2部は「提案者が特定できる項目＜企業名、ロゴマーク等＞をすべて削除したもの」とのことですが、「提案者が特定できる項目」について、判断に迷っております。 具体的には以下です。</p> <ul style="list-style-type: none"> 弊社のグループ企業名やサービス・商品名なども上記項目に含まれますでしょうか？ 技術資料について、責任者や担当者の個人名は？ 技術資料について、実績は？（発注機関や契約金額などで特定できる可能性あり） 	<p>グループ企業名や貴社特有のサービス・商品名など参加表明事業者が特定できる情報は黒塗り（削除）してください（責任者や担当者の個人名、実績については除く）。</p>
3		本事業における過去の受託者をご教示ください。	<p>プロモーションの委託内容は各年度で異なるため、今回のプロモーション内容と同種の業務を受託した事例はありませんが、これまで区外プロモーション関連で委託した事業者は以下とあります。</p> <ul style="list-style-type: none"> 令和5～6年度：東武トップツアーズ株式会社 令和7年度：吉本興業株式会社
4		令和6年度から「ワケあり区、足立区。」というコピーのもと、足立区の魅力や先進的な取組みを広く区外へPRするシティプロモーションを本格的にスタートさせたとのことですが、実施してきた具体的な施策をご教示ください。	<ul style="list-style-type: none"> メディア向けプロモーション発表会 区ホームページ内の特設サイトの運営 鉄道交通広告 SNS広告 インフルエンサーを活用した動画配信 メディアツアー Web媒体でのタイアップ記事 など
5		これらの実施してきた施策を経て、今現在のシティプロモーションにおける課題をご教示ください。	区外在住者の足立区に対するイメージは好転の兆しが見えてきたものの、未だ昔のイメージで語られることもあり、それがマイナスイメージ払しょくを妨げる要因にもなっています。そのため今回の業務委託では、メディアを通じ足立区の魅力や良い情報をさらに露出・拡散させることで、足立区の「今」をより多くの方に知っていただき、マイナスイメージをプラスイメージで上書きすることを目指しています。
6		今年実施が決定しているプロモーションがあればご教示ください。 また、昨年度に千原ジュニアさんを起用したプロモーションを実施されているかと存じますが、所属先の吉本興業とのコラボ企画等も予定されているものがあればご教示ください。	千原ジュニア氏のYouTube等は業務委託の範囲で行っており、今後の予定についてはお答えできません。

7		シティプロモーション戦略方針および足立区外へ向けた広報・メディア戦略においては2025年度が改訂検証期間であったかと存じますが、改訂検証した2026年度の方針をご教示ください。	区外へ向けたシティプロモーション（「ワケあり区、足立区。」）を本格的に開始したのが令和6年度になっており、十分な検証期間が得られていないため、一定期間現方針を継続していく予定です。
8		現在のシティプロモーション活動における満足点・不足点をそれぞれ教えていただけますでしょうか。	令和5年度に本格始動した区外向けのプロモーションで「ワケあり区、足立区。」というコピーを作成し、各種メディアに大きく取り上げられたことで、昔とは異なる足立区の今の姿を知っていただくなきつかけづくりは成功したと考えています。一方で、一過性に留まらない継続的な良い話題の露出は不足していると考えており、今回の業務委託で強化していくと考えています。
9	1業務の概要 (4) イ メディアアプローチの実施	昨年度のメディアアプローチ活動におけるメディア露出数を媒体ごと（TV・PRINT・WEB）にそれぞれ教えていただけますでしょうか。	プレスリリース等は行っているものの、直接的なメディアへの働きかけは行っていません。
10	1業務の概要 (4) イ メディアアプローチの実施	過去の実施したメディアアプローチにおいて、理想的なメディア露出の事例がありましたら、教えていただけますでしょうか。	当課として過去の実績はありません。
11	1業務の概要 (4) イ メディアアプローチの実施	ご提供いただく「プレスリリース資料」は、年間で何本を想定されておりますでしょうか。	昨年度のプレスリリース件数は約400件です。業務内容においてリリース資料を活用することは必須ではなく、アプローチ手段や方法については、より効果が見込める手法をご提案ください。
12	1業務の概要 (4) ウ WEB媒体や雑誌媒体などへの記事広告・タイアップ記事の掲載	過去に記事広告・タイアップを行った媒体を教えていただけますでしょうか。	当課として過去の実績はありません。
13	1業務の概要 (4) ウ WEB媒体や雑誌媒体などへの記事広告・タイアップ記事の掲載	「イメージ調査結果」は、足立区様にて調査された結果をご提供いただける想定でしょうか。	ご認識の通りです。