令和7年度「食の情報センター」情報発信業務委託 質問に対する回答について

番号	質問事項	回 答
1	仕様書に「上記計画の了承を得た後、令和8年3月13日（金）まで ※県の他事業と連携し、効果的な時期とすること」とあるが、県の他事業について情報（いつ？）をいただくことは可能か？	<p>県において連携することで事業効果の向上が見込まれる他事業の情報は、随時、事業が確定次第、提供します。</p> <p>一方で、県の全ての事業情報を提供できるとは限らないため、県から提供される事業に限らず、様々な情報を収集し、常に、事業効果の向上が見込まれるような事業実施をお願いします。</p> <p>なお、例えば、連携が見込まれる事業の1つとして、「ふじのくに新商品セレクション」に関する情報については、受賞商品の催事等への出展情報などを、1ヶ月程度前から、共有できる情報から順次共有していきたいと考えています。</p>
2	目標値を設定するにあたって、昨年度の報告書を開示していただきたい。	<p>別添のとおり開示します。</p> <p>（報告書①：サイト及びInstagramについて 報告書②：広告配信について）</p>
3	しずおか食の情報センター・Instagramにおいて、昨年度、ユーザーの評価が高かった投稿、上位3つを教えてください。	<p><しずおか食の情報センター> ※ 閲覧が多い順</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 静岡県は缶詰王国！？ツナ缶の起源と製造について（2024年9月5日） 2. 見た目も味も華やか！「稲取キンメ」が名を馳せるまで（2024年10月2日） 3. 自分で点てたお茶でスイーツが完成！お茶どころ静岡で体験型かき氷を堪能（2024年8月27日） <p><Instagram> ※ リーチ数が多い順</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ニジマス動画（2024年11月12日） 2. 金目鯛動画（2024年10月3日） 3. KADODE OOIGAWA 動画（2025年1月30日） <p>詳細は別添の報告書①を御覧ください。</p>
4	しずおか食の情報センター・Instagramにおいて、昨年度、ユーザーの評価が低かった投稿、上位3つを教えてください。	<p><しずおか食の情報センター></p> <p>閲覧数が少ない（評価が低い）記事については、取りまとめていません。</p> <p><Instagram> ※ 「いいね」数が少ない順</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ベルマークキャンペーン（2024年8月23日） 2. ベルマークキャンペーン（2024年8月15日） 3. ふじのくに茶の都ミュージアムセミナー参加者募集（2024年10月25日）
5	しずおか食の情報センター・Instagramのメインとなる利用者層を教えてください。	<p>しずおか食の情報センターの閲覧数は、昨年度、25～34歳が最も多く、男女比はほぼ均等になっています。</p> <p>詳細は、別添の報告書①の2ページ目を御覧ください。</p> <p>なお、Instagramについては、取りまとめていません。</p>
6	取材先様へのアポイントメントは本業務の受託社から行う想定でしょうか。	<p>取材先様へのアポイントメントについては、仕様書「4 業務の内容」に記載のある「別表の市町関係機関等へ食や食文化の対象について聞き取りした上で、当該対象の記事を20本以上作成すること。」に含まれる業務となりますので、受託者様からお願いします。</p>

番号	質問事項	回 答
7	昨年度のしずおか食の情報センター・Instagram 運用における KPI を教えてください。	しずおか食の情報センター及び Instagram 運用における KPI は、特に設定していません。 なお、本サイトの目的は、食や食文化の情報を集積するとともに、集積した情報を、SNS 等により効果的に発信し、商品購入、飲食店等への誘客及び県内外からの来訪促進等の消費行動につなげることとしており、Instagram はその一環として運用しています。
8	しずおか食の情報センター・Instagram では閲覧数や流入者数が伸びる時期に傾向はございますか。	閲覧数や流入者数の傾向は、昨年度から把握し始めたため、傾向等についての分析はできていません。
9	目的となっている「来訪促進」の対象には一般観光客だけでなく、料理人・バイヤーなどのビジネス顧客も含まれますか。	本業務委託における「来訪促進」の対象として、一般観光客、料理人・バイヤーなど（ビジネス顧客）の区分はしていません。 本サイトの目的は、商品購入、飲食店等への誘客及び県内外からの来訪促進等の消費行動につなげることであり、本業務委託の仕様書「3 基本方針」において、食に興味をもつターゲット層に効果的に訴求し、本サイトへ誘引することとしています。
10	昨年度以前の取材先・内容との重複は避けるべきでしょうか。(例えば、昨年同様しらずに焦点を当てた記事を作成するなど。)	仕様書「4 業務の内容」に記載のとおり、記事や投稿の内容は、既存情報と重複しないよう留意してください。
11	トンマナを以前のものに揃えた方が良いでしょうか。食の情報センター・食の都 Instagram・短尺動画間で統一感を持たせた方が良いでしょうか。	トーンやマナーについては、限定していないため、仕様書「1 委託業務の目的」や「3 基本方針」などに基づき、御提案があれば、企画提案書に記載してください。
12	現在 instagram ではユーザーからのコメントに対する返答を行われていますが、今後も積極的に行うか？(返答を続けた方が投稿は伸びる傾向にあるため)	コメントの返答は、引き続き、県で対応します。
13	TikTok 等、Instagram 以外の SNS を利用される予定はございますか。	現状では Instagram 以外に利用する予定はありません。
14	投稿の記事テキスト・画像・動画に対するチェック体制はどのような想定ですか。(経済産業部産業革新局マーケティング課様、取材先様、その他)	仕様書「6 その他の留意事項」に記載のとおり、「本業務の推進にあたって、全体の責任を負う実施責任者を置き、業務全般の進行管理や調整機能を一元化すること。」としており、この「全体の責任」として、受託者様が全ての投稿に必要な確認作業等をお願いします。 なお、投稿の直前に、静岡県マーケティング課でも、受託者様に対して最終確認をします。
15	昨年度、本取組で広告にどの程度の予算を割いていたか、どのメディアに割り振っていたか、どのような効果があったか等の参考情報をいただくことは可能でしょうか。	今年度の仕様とは異なる昨年度の事業の情報のため、参考情報となりますが、9月～10月に、Google ディスプレイ広告を約4万円、Meta 広告を約8万円配信しています。12月～1月はMeta 広告に絞り、約63万円配信しています。 効果などの詳細は、別添の報告書②を御覧ください。

以上