

U ターン者親向け広報業務プロポーザル質問・回答

<回答日：令和 7 年 10 月 10 日>

1 社 目	質問 1	仕様書（2）「広報手法の計画・実施」にある＜財団が予め用意する素材＞について、画像・動画の内容（データや絵コンテ等）をご教示いただきたい。また、該当素材に関し既に Youtube 等で公開されている場合は、その URL を共有いただきたい。
	回答 1	動画については現在制作中のため、公開前のデータや絵コンテ等での共有はできません。ご了承ください。動画の内容としては、島根県内在住の親が県外在住の子への U ターンを促す声かけを実施する流れをストーリー化したものを想定しており、親に共感していただくことを目的とした構成としています。
	質問 2	仕様書（2）「広報手法の計画・実施」にある＜財団が予め用意する素材＞に特設サイトとあるが、このサイトの具体的な内容は何か。
	回答 2	サイトに掲載する内容として、キャッチコピー、共感メッセージ、U ターン者の移住動機、U ターン事例紹介、声かけ行動喚起、支援体制の紹介などを想定しています。
	質問 3	仕様書（2）※記載にある、「島根県で実施する同様の広報」とは具体的に何を指しているのか。
	回答 3	島根県が実施する「親のひとことが島根へ帰るきっかけでした。」を中心とした、以下の広報です。 ・お盆ラッピング新聞(実施済) ・お盆ラッピングを使ったポスター作成と空港での掲出(実施済) ・お盆ラッピングを使ったポスター作成と県内スーパー等 50 か所での掲出(実施中) ・チラシ（ポスターの縮小版）の新聞折込み(10 月中旬と 11 月に予定) ・正月ラッピング新聞(予定) ・新聞連載(予定)
2 社 目	質問 4	・財団で用意されている特設サイトや画像・動画データはどのようなコンセプトで作成されているのでしょうか。今回はご用意いただいた訴求素材を活用して広報を行なう認識ですが、広報戦略や効果測定をご提案するにあたってそもそもの訴求素材に対する一定の理解があった方がより効果的なご提案ができるかと考えておりますので、可能な範囲でご教示いただければと思います。
	回答 4	本プロポーザル同様、以下を目的としています。 ①「親から子へ U ターンの呼びかけをする」ということの認知が広がる ②ターゲットが「自分も子どもに呼びかけをしてみよう」と、当事者意識を持つ親からの U ターンを促す声かけがいかに大切かを理解し、そのアクションまでつなげることを目指します。
	質問 5	仕様書に「他の島根県広報との相乗効果を狙う」と記載がありますが、具体的にどの広報事業や媒体との連携を想定されていますでしょうか。広報戦略の立案にあたり、既存施策との重複や訴求タイミングの競合を避け、相乗効果を最大化するため可能な範囲でご教示いただけると幸いです。
	回答 5	上記質問 3 の回答と同様です。