

「佐賀県移住促進のための福岡県向け広報業務」仕様書等に対する
質問書への回答

1.仕様書5（2）アンケートについて

個人情報の取得につき、どこまでを想定されているのか？

個人情報の収集が目的ではなく、設問内容の回答を収集するのが主と考えて良いか？

【回答】

アンケートについて、仕様書5-(2)については、ご質問のとおり設問内容に対する回答を収集する事が目的となりますが、属性の把握のために職業や年代等をご回答いただくことも想定されます。

その他には、アンケート回答以降もさが移住サポートデスク（佐賀県移住支援室）からの継続的な情報提供をご希望される場合も想定しております。その場合には、仕様書5-(1)記載のとおり、メールマガジン等での継続的な情報提供のために、情報提供希望者のみメールアドレス等の個人情報をご回答いただくこともあると考えます。

2. 「佐賀暮らスイッチ」について

本年度は、「佐賀暮らスイッチ」のブランドイメージ（ロゴ等）の扱いにつき、どのよう
にお考えなのか？

【回答】

令和3年度から佐賀県の移住広報ブランドイメージとして継続使用している「佐賀暮らスイッチ」ロゴについては、本年度もメインビジュアルの一部として使用いただきたいと考えております。

（参考）

①：<https://www.sagasmile.com/fukuokatohinbu/>

②：<https://www.pref.saga.lg.jp/kiji00399061/index.html>



<「佐賀暮らスイッチ」ロゴ>

3. 新規相談者数と移住相談経由の移住者数の過去実績を教えてください。また、内訳として福岡県の実績、年代別の実績を教えてください。

【回答】

それぞれの実績については、以下のとおりです。（令和5年度分は集計が完了していないため、令和4年度までの実績を掲載します）

（新規相談者数）

年度	新規相談者数	内、福岡県在住者
R2	437名	61名
R3	596名	64名
R4	657名	78名

年代については、集計しておりません。

（移住者数）

※移住者数とは、県（さが移住サポートデスク）及び市町の移住支援策を利用した移住者の数。転勤等会社都合での転入者は含みません。

年度	移住者数※
R2	647名
R3	635名
R4	734名

上記の移住者数の内、福岡県からの移住者は各年おおむね3割程度です。また年代については、福岡県に絞った数値ではありませんが、上記移住者数の内、世帯ごとに「世帯主の年代」を集計しておりますが、各年おおむね20代～40代が8割を占めます。

また参考値として、令和5年度の人口移動の傾向（上記の移住者数と定義は違います）については、以下の「総務省：住民基本台帳人口移動報告 2023年（令和5年）結果における統計データ【表番号：10-佐賀】」をご参照ください。

（参考）

<https://www.e-stat.go.jp/stat-search/files?page=1&layout=datalist&lid=000001428262>

4. 各施策の評価は、今年度の数値目標である（1）60組以上のLINE登録&メルマガ会員、（2）好意的な意見が7割以上が獲得できそうかが得点付けの基準になるという理解でいいでしょうか。

【回答】

審査会（プレゼンテーション）での評価基準は、公示の添付資料「別表（評価基準）」のとおりです。また仕様書5-(1)・(2)へ記載の「LINE及びメルマガ登録者数」「佐賀暮らしについて、好意的な意見が7割以上」については、本事業の実施によって実現していきたい目標（効果指標）となります。

また、各業務において留意いただきたい事項については仕様書に記載のとおりです。

5. 契約期間は 2 月 28 日までとありますが、想定 of 広報開始時期や、注力すべき期間などがあれば教えてください。

【回答】

仕様書 4-(1)-①「メディアを活用した広報展開」については、特に期間の指定は定めておりませんが、仕様書 4-(1)-②「公共の場等を活用した企画広報展開」と発信内容を連動した形で広報いただくことで、費用対効果的にも効果的かつ相互作用的に効果的な広報になるのではと考えております。また 4-(1)-②については、「令和 6 年 9 月から令和 7 年 1 月までの期間に実施すること」と定めていますので、これらを踏まえたうえで効果的な広報開始時期等についてご提案をお願いします。

6. 現在配信されているメルマガでは、どのような内容を配信しているのか、また配信頻度を教えてください。

【回答】

「さが移住通信」として、登録者に対し毎月 1 日と 15 日に月 2 回の頻度で配信しています。配信内容としては、主に「移住イベントの開催情報（主催イベントやセミナー情報、他主催イベントへのブース出展予定等）」や「佐賀県の移住支援制度について」、「移住者インタビュー新記事の配信」、「その他：佐賀県内で注目のイベントや施設情報等」について配信しております。直近のメルマガの配信サンプルとして、別添「【さが移住通信_Vol.183】」をご参照ください。

7. ①メディアを活用した広報展開と②公共の場等を活用した企画広報展開が連動するのが好ましいという話がありましたが、例えば、②のイベントにメディアが取材に来るなどのイメージで合っていますか？

【回答】

「①メディアを活用した広報展開」と「②公共の場等を活用した企画広報展開」の連動というのは、①と②をひとつの流れとして組み合わせていただきたい、という意図です。

①と②をそれぞれ別の企画として実施するのではなく、①で扱う内容と②で扱う内容を連動させ、①で佐賀暮らしに興味を持った層に対しては②への来場の流れを、②で来場した層に対しては①でのさらなる情報発信(リーチ)が期待できるようなスキームを期待しています。

ご質問いただいたようなイベントへのメディア取材は②→①への流れが期待できるものに該当すると思いますが、単なるイベント取材が多く見込めるというだけではなく、佐賀暮らしの良さの認知向上につながるような視点での取材及び情報発信が期待できる企画かどうかとも評価ポイントになると考えます。

8. 昨年実施した各回のイベントの集客数や、メディア媒体での取り上げ
(どの媒体で、どの程度の露出があったのか) を教えてくださいか？

【回答】

令和5年度のイベントでの実績は下記のとおりです。

I：住まいの SAGA ある暮らしフェア（中規模・@ソラリアプラザゼファ）

- ・【全体来場数】複数の動線から入場可能な会場であったため未集計
- ・【アンケート取得数】92名

II：SAGA ある暮らし FES（大規模・@JR九州ホール）

- ・【全体来場数】186名
- ・【アンケート取得数】132名

III：ソト遊びの SAGA ある暮らしフェア（小規模・@六本松蔦屋書店）

- ・【全体来場数】142名
- ・【アンケート取得数】38名

イベント実施前の集客のための事前広報については、SNS 広告や県のプレスリリースの他に、KBC 九州朝日放送（TV）での番組コーナー告知、LoveFM（ラジオ）での番組コーナー告知等を実施しました。

またイベント実施後のメディア媒体での掲載実績については、事後広報として「福岡・九州ジモタイムズ Wish」ヘレポート記事を掲載しました。掲載回数は、4回です。（各回記事3回+まとめ記事1回）
その他、メディア取材等による実績はございません。