

質問回答表
相生市移住定住プロモーション業務のプロポーザルに係る質問に対する回答

次のとおり回答します。

番号	項目 (資料種別・ページ・項目等)	質問内容	回答内容
1	WEB広告について	①WEB広告のターゲット配信地域（兵庫県内、大阪府など）に指定はありますか？ ②広告バナーの制作サイズや点数に指定はありますか？ ③過去に配信したWEB広告の実績数値（CTR、CPC、CVR）はありますか？ 併せて、現在のポータルサイトのアクセス数の他に、問合せ数は開示可能か？ ④ターゲット（子育て世帯・新婚世帯）の中で、市として特に獲得したい層の優先順位はありますか？	①指定はありませんが、これまでは転入実績から、兵庫県・大阪府・岡山県をターゲットとして配信してきました。 ②ありません。 ③別紙1過年度プロモーション実績ファイルをご確認ください。 ④仕様書に掲げるターゲット（子育て世帯・新婚世帯・結婚検討層）について、市としてあらかじめ優先順位を設けることはいたしません。効果的なターゲット設定については、提案者の分析に基づくご提案をいただければと思います。
2	過去施策について	過去の移住者の「実際の決定打」となった施策や支援制度はありますか？	本市は平成23年度に子育て応援都市宣言を行い、あいおいが暮らしやすい「11の鍵」事業を中心とした支援制度等を実施しており、複数の事業が相互に作用し成果を生んでいると考えております。
3	提出書類について	①企画提案書（任意様式）について、スライドの向き（横長推奨等）、推奨ページ数、または上限ページ数などの制限はございますでしょうか。 ②参加資格（4-(6)）および実績評価（様式5）における「同種・同等業務の実績」について、自治体・公的機関の案件実績に限られますでしょうか。または民間企業における同規模のマーケティング・PR支援実績も対象に含まれますでしょうか。	①ありません。 ②民間企業における実績も対象に含みます。
4	現状の施策について	現在、ポータルサイトにおいて、市側で把握されているユーザーの離脱ポイントや、移住相談・問合せに至るまでの定性・定量的な課題感（ボトルネック）はございますでしょうか。	現時点では、市としてポータルサイトの離脱ポイントに関する詳細な分析は行っておらず、具体的なデータの把握には至っておりません。 ただし、移住・定住促進全体としては、「認知」から「移住決定」に至るまでの一連の流れの各段階をつなぐ導線に課題があると認識しています。
5	今プロモーションの目的について	今回のプロモーションにおいて、主軸とすべき領域は「相生市の子育て環境や魅力の認知拡大（潜在層へのアプローチ）」と「関心層を移住相談・窓口接続へ繋げるコンバージョン獲得（顕在層へのアプローチ）」のどちらをより重視・優先されていますでしょうか。	いずれも重要と考えており、市としてどちらか一方に限定するものではありません。認知拡大により移住検討の入口を広げつつ、関心層を相談・行動へとつなげる流れの双方を意識した企画を期待しています。 なお、本業務の位置づけとしては、これらの取組を通じて最終的に定住者の獲得につなげることを目的としています。
6	参加資格における「同種・同等業務」の範囲について	実施要領2ページ「4 参加資格に関する事項（6）」に規定されている「本業務と同種・同等業務」について、地域資源の魅力発信を目的とした交流事業等において、企画、広報・集客、参加者募集及び運営を一貫して実施した業務についても、「同種・同等業務」に含まれ得るとの理解でよろしいでしょうか。	はい。
7	参加資格における実績の発注者の範囲について	実施要領2ページ「4 参加資格に関する事項（6）」に規定されている「契約を元請けとして完了した実績」について、発注者は国又は地方公共団体に限定されず、商工会、商工団体、その他地域団体又は民間団体等から直接受託し、元請けとして完了した業務についても対象に含まれるとの理解でよろしいでしょうか。	はい。

8	企画提案書の作成形式について	実施要領2 ページ「5 参加に係る提出書類」では、提出書類はA4 判を基本とし、A3 判を使用する場合は片袖折とされていますが、企画提案書のページ数上限、片面・両面印刷、カラー・モノクロ、製本・綴じ方について別途指定がございましたらご教示ください。指定がない場合は、A4 判を基本として任意のページ数及び構成・形式で作成して差し支えないでしょうか。	指定はありません。 任意のページ数及び構成・形式で作成していただいて問題ありません。
9	相生市移住定住ポータルサイトのアクセス解析データについて	仕様書1 ページ「3 (1) WEB 広告」では、相生市移住定住ポータルサイトへのアクセス強化及び広告効果の分析が求められています。契約後、現状分析、成果指標（KPI）の測定及び広告効果の検証を目的として、Google Analytics 等による既存のアクセス数、流入経路、閲覧ページ等のアクセス解析データをご共有いただくことは可能でしょうか。	ポータルサイトは事業者への委託により管理を行っております。ポータルサイト管理委託事業者と協議の上、共有出来るデータについては共有いたします。
10	広告・PR 制作に使用可能な市保有素材について	仕様書3 ページ「9 貸与資料等」に関連して、WEB 広告及びPR コンテンツの制作にあたり、相生市が保有する市内風景、住環境、子育て環境、公共施設、地域資源等の写真・動画・ロゴその他の素材について、受託者への提供及び広告等での使用が可能なものがございましたら、その範囲をご教示ください。	相生市公式ホームページ及びポータルサイト内で使用しているロゴや画像等及び相生ペーロン祭写真コンテストの入賞作品については使用可能です。 動画については、YouTubeの相生市公式チャンネル内の相生市プロモーション動画以外の動画は使用可能です。 (https://youtu.be/_mICJvI0wcQ?si=X3LvCfKY1oyUohxk) その他の画像については、個別にご相談ください。
11	業務の内容	本事業のターゲット層は「子育て世帯、新婚世帯及び結婚検討層」とありますが、特に重点的にアプローチすべき地域（関西圏、首都圏、全国等）の想定があればご教示ください。	重点的にアプローチすべき地域はありませんが、これまでは転入実績から、兵庫県・大阪府・岡山県をターゲットとしてアプローチしていました。
12	業務の内容	過年度に実施した移住定住施策及びその成果と効果について開示可能な範囲でご教示ください。	別紙1 過年度プロモーション実績ファイルをご確認ください。
13	業務の内容	ポータルサイトの現在のアクセス数やコンバージョン指標等、提案の参考となるデータの提供は可能でしょうか。	別紙1 過年度プロモーション実績ファイルをご確認ください。
14	業務の内容	本業務は「移住定住プロモーション業務」とされていますが、「移住促進」と「定住促進」のどちらに重点を置いているか、もしくは「移住から定住へつなげる流れ」を意識した施策を期待されているかについてご教示ください。	いずれも重要と考えておりますが、本業務は「移住から定住へつなげる流れ」を意識した施策を期待しており、最終的な目的は定住者の獲得としています。移住の促進を入口としつつ、定住に結びつく企画をご提案いただくことを想定しています。
15	業務の内容	相生市在住者の就業先について、相生市内に勤務されている方が多いのか、近隣へ通勤されている方が多いのか、傾向がございましたらご教示ください。	令和2年度国勢調査ベースでは、本市在住の就業者は市内勤務と市外通勤が拮抗しており、市内勤務がやや多い状況です。 昼夜間人口比率は、98.9%です。
16	過去の実績	これまで実施した移住定住プロモーション施策について、実施媒体、広告費、表示回数、クリック数、CTR、ポータルサイトへの流入数等、開示可能な範囲で過去の実績をご教示ください。	別紙1 過年度プロモーション実績ファイルをご確認ください。
17	市の課題感	現在、市として移住・定住促進における最も大きな課題をどのように認識されていますでしょうか。例えば「認知」「興味関心」「比較検討」「相談」「移住決定」「定住」の各段階において、特に課題と考えている点がございましたらご教示ください。	本市では、平成23年度の「子育て応援都市」宣言以降、子育て支援策の充実に取り組んでおり、住環境や子育て環境には一定の強みがあると認識しています。一方で、各段階が個別最適にとどまり、「認知」から「移住決定」に至るまでの一連の流れ全体に課題があると考えています。
18	アクセス解析データ	WEB 広告の主な誘導先となる相生市ポータルサイトについて、Google Analytics 等によるアクセス解析データ（流入元、閲覧数、ユーザー属性、閲覧ページ等）を、受託者へ共有いただくことは可能でしょうか。	ポータルサイトは事業者への委託により管理を行っております。ポータルサイト管理委託事業者と協議の上、共有出来るデータについては共有いたします。
19	成果	本業務における成果について、市として特に重視するものがございましたらご教示ください（例：認知度向上、サイトアクセス、移住相談、現地訪問、移住者数等）。	本業務では、提案内容に応じた成果指標（KPI）をご提案いただくこととしており、特定の指標を市があらかじめ限定することはいたしません。

20	競合自治体	相生市への移住検討者が比較することの多い自治体、または市として競合と認識されている自治体がありましたらご教示ください。	転入出先の自治体は、兵庫県内・大阪府・岡山県の割合が大きいです。
21	訴求ポイント	移住・定住促進において、市として特に訴求したい地域資源、制度、暮らしの魅力等について、優先順位がございましたらご教示ください。	これまでは、あいおいが暮らしやすい「11の鍵」及び交通利便性の良さを訴求してきました。
22	取材対象者	移住者・子育て世帯・新婚世帯等への取材や撮影を提案する場合、市から対象者をご紹介・調整いただくことは可能でしょうか。	対象者から了承が得られれば紹介は可能です。取材等される場合の調整は受託者においてお願いします。
23	市が持つ素材の提供	本業務で制作する広告クリエイティブ等について、市が保有する写真・動画素材等を提供いただくことは可能でしょうか。また、使用可能な素材の種類・数量等をご教示ください。	相生市公式ホームページ及びポータルサイト内で使用しているロゴや画像等及び相生ペーロン祭写真コンテストの入賞作品については使用可能です。 動画については、YouTubeの相生市公式チャンネル内の相生市プロモーション動画以外の動画は使用可能です。 (https://youtu.be/_mICJvI0wcQ?si=X3LvCfKY1oyUohxk) その他の画像については、個別にご相談ください。
24	イベント開催地	イベントを実施する場合、開催地について市内・市外等の制限はございますでしょうか。	ありません。
25	配信時期	WEB 広告の配信開始時期・終了時期について、市が想定する期間はございますでしょうか。	ありません。
26	媒体の選定	広告媒体について、使用を必須とする媒体、または使用できない媒体等はございますでしょうか。	使用を必須とする媒体、使用できない媒体ともにありません。
27	広告費の比率	広告費について、媒体への直接出稿費と企画・制作・運用費等の比率について指定または目安はございますでしょうか。 また、WEB 広告と独自提案の比率について指定または目安はございますでしょうか。	媒体への直接出稿費と企画・制作・運用費等の比率、WEB 広告と独自提案の比率ともに指定、目安はありません。
28	自社媒体等への掲載	独自提案により制作した記事・動画等について、受託者が保有する自社媒体等への掲載・二次的な情報発信を行うことは可能でしょうか	可能です。
29	過年度のWEB 広告実績について	過年度において、移住・定住促進を目的としたWEB 広告を実施された実績がございましたら、可能な範囲で、使用媒体、広告出稿費、配信期間、表示回数、クリック数、クリック率（CTR）、クリック単価（CPC）などの実績値をご教示ください。	別紙1 過年度プロモーション実績ファイルをご確認ください。
30	相生市ポータルサイトのアクセス実績について	相生市ポータルサイトについて、直近1年間程度の月別または年間のPV 数（表示回数）、UU 数（訪問者数）、主な流入経路などについて、企画提案書作成の参考としてご提供いただくことは可能でしょうか。	別紙1 過年度プロモーション実績ファイルをご確認ください。
31	アクセス解析データの共有について	WEB 広告から相生市ポータルサイトへの誘導効果を測定するにあたり、Google Analytics などによるアクセス解析データについて、受託者への共有または必要な範囲での閲覧は可能でしょうか。また、UTM パラメータなどを用いた流入元別の効果測定を行うことは可能でしょうか。	ポータルサイトは事業者への委託により管理を行っております。ポータルサイト管理委託事業者と協議の上、共有出来るデータについては共有いたします。 UTMパラメータなどを用いた流入元別の効果測定に関しても、ポータルサイト管理委託事業者との協議の上となりますが、可能の前提でご提案ください。
32	移住・定住関連施策の実績について	直近3 年間程度における移住相談件数、オンライン移住相談件数、現地ツアー等の参加者数、お試し移住事業の利用件数及び実際の移住につながった件数等について、可能な範囲で実績をご教示ください。	別紙2 移住相談等実績ファイルをご確認ください。
33	転入者の属性及び転入元について	近年の相生市への転入者について、年代、世帯構成、従前居住地（市町村または都道府県等）など、移住定住プロモーションのターゲット設定に活用可能な統計・分析資料がございましたら、ご提供いただくことは可能でしょうか。	資料の提供は出来ませんが、転入出先の自治体は、兵庫県内・大阪府・岡山県の割合が大きいです。

34	重点的に訴求したい施策・地域資源について	本業務において、住環境、子育て支援策、地域資源等を情報発信することとされていますが、現在、市として特に認知拡大を図りたい施策・制度・地域資源等がございましたら、ご教示ください。	これまでは、あいおいが暮らしやすい「11の鍵」及び交通利便性の良さを訴求してきました。
35	市が保有する写真・動画等の素材について	WEB 広告等のクリエイティブ制作に際し、市が保有する写真、動画、ロゴ、イラスト等の素材をご提供いただくことは可能でしょうか。また、人物が写っている写真等について、WEB 広告への使用が可能な素材の有無についてもご教示ください。	相生市公式ホームページ及びポータルサイト内で使用しているロゴや画像等及び相生ペーロン祭写真コンテストの入賞作品については使用可能です。 動画については、YouTubeの相生市公式チャンネル内の相生市プロモーション動画以外の動画は使用可能です。 (https://youtu.be/_mlCJvl0wcQ?si=X3LvCfKY1oyUohxk) その他の画像については、個別にご相談ください。
36	WEB 広告と独自提案の予算配分について	仕様書「3 (2) 独自提案」について、WEB 広告に係る広告出稿費等について最低金額や一定割合等の指定はなく、委託契約上限額の範囲内において、WEB 広告及び独自提案への予算配分を提案者側で設定するという認識でよろしいでしょうか。	ご認識の通りです。
37	WEB 広告の配信時期・期間について	WEB 広告について、市が想定する配信開始時期、最低配信期間、または移住定住プロモーションの観点から特に重点的に配信を希望する時期等がございましたら、ご教示ください。	ありません。
38	仕様書 1 業務の目的	過去に実施されたプロモーション内容をご教示ください。また、過去に実施されたWEB 広告の内容や効果（クリック率、サイト訪問数など）を可能な範囲でご教示ください。	別紙 1 過年度プロモーション実績ファイルをご確認ください。
39	仕様書 3 業務の内容 (1) WEB 広告 ウ	広告に掲載する動画データはございますか。また、ある場合はご支給いただくことは可能でしょうか。	相生市公式ホームページ及びポータルサイト内で使用しているロゴや画像等及び相生ペーロン祭写真コンテストの入賞作品については使用可能です。 動画については、YouTubeの相生市公式チャンネル内の相生市プロモーション動画以外の動画は使用可能です。 (https://youtu.be/_mlCJvl0wcQ?si=X3LvCfKY1oyUohxk) その他の画像については、個別にご相談ください。
40	仕様書 3 業務の内容 (1) WEB 広告 エ	目標とする数値（表示回数、クリック数など）はありますでしょうか。また、現在の相生市ポータルサイトのPV 数等の数値を可能な範囲でご教示ください。	本業務では、提案内容に応じた成果指標（KPI）をご提案いただくこととしており、特定の指標を市があらかじめ限定することはありません。 ポータルサイトのPV 数等の数値については、別紙 1 過年度プロモーション実績ファイルをご確認ください。
41	仕様書 3 業務の内容 (1) WEB 広告 カ	効果測定をおこなうにあたり、Google アナリティクス等解析ツールの数値をご提供いただくことは可能でしょうか。	ポータルサイトは事業者への委託により管理を行っております。ポータルサイト管理委託事業者と協議の上、共有出来るデータについては共有いたします。
42	仕様書 3 業務の内容 (1) WEB 広告 カ	WEB 広告を誘導する相生市ポータルサイトに広告用タグの設置をしていただくことは可能でしょうか。	ポータルサイト管理委託事業者との協議の上となりますが、可能の前提でご提案ください。
43	仕様書 3 業務の内容 (1) WEB 広告 カ	定例会（月度定期報告など）の実施はありますでしょうか。また実施される場合は現地もしくはオンラインでも可能でしょうか	定例会の実施は必須ではありませんが、必要に応じて打ち合わせをお願いします。実施は現地でもオンラインでも可能です。
44	◎仕様書 3 業務の内容 (4) 成果物の納品	3 月まで広告配信を行った場合、その分の業務実績報告は年度を跨いでの報告で良いでしょうか	年度を跨いでの報告で問題ありません。
45	仕様書_1 業務の目的	相生市の子育て支援策や住環境、地域資源等の中で、子育て世帯の移住促進において特に訴求したいものや強みとなる点がありますか？	これまでは、あいおいが暮らしやすい「11の鍵」及び交通利便性の良さを訴求してきました。
46	仕様書_1 業務の目的	一方で、現在「十分に魅力を伝えきれていない」と感じている点や課題はありますか？	「認知」から「移住決定」に至るまでの一連の流れ全体に課題があると考えています。

47	仕様書_3 業務の内容_ (1) WEB広告	今回の予算のうち、WEB広告費として確保すべき最低金額や、想定されている広告費の目安はありますでしょうか。	ありません。
48	仕様書_3 業務の内容_ (1) WEB広告_イ	姫路・神戸・阪神間・大阪など、想定している移住者のターゲットエリアはありますか？	これまでは転入実績から、兵庫県・大阪府・岡山県をターゲットとして配信してきました。
49	仕様書_3 業務の内容_ (1) WEB広告_イ	子育て世帯の中でも、未就学児のいる世帯、小学生のいる世帯、中高生のいる世帯など、特に重点的にアプローチしたい世帯層はありますか？	子育て世帯の中で、市としてあらかじめ特定の世帯層に優先順位を設けることはいたしません。ターゲットの特性や訴求効果等を踏まえ、最も効果的と考える世帯層の設定について、提案者の分析に基づきご提案いただければと思います。
50	仕様書_3 業務の内容_ (1) WEB広告_エ	受託者が保有するWEBメディア等を活用し、相生市ポータルサイトへの送客を行う手法も提案可能でしょうか。	可能です。
51	仕様書_3 業務の内容_ (1) WEB広告_エ・カ	相生市移住ポータルサイトについて、年間・月間アクセス数、流入元、ユーザー属性、移住相談関連ページへのアクセス数等のアクセス解析データをご提供いただくことは可能でしょうか。	別紙1 過年度プロモーション実績ファイルをご確認ください。ポータルサイトは事業者への委託により管理を行っております。ポータルサイト管理委託事業者と協議の上、共有出来るデータについては共有いたします。
52	仕様書_3 業務の内容_ (1) WEB広告_カ／ (3) 成果指標の設定	過去に実施されたWEB広告等のプロモーション施策がございましたら、広告費、配信媒体、配信地域、配信期間、インプレッション数、クリック数、クリック率、サイト流入数、問い合わせ・相談件数等の実績をご提供いただくことは可能でしょうか。	別紙1 過年度プロモーション実績ファイル及び別紙2 移住相談等実績ファイルをご確認ください。
53	仕様書_3 業務の内容_ (2) 独自提案	現在、相生市が運用しているSNSアカウント（Instagram、Facebook等）のうち、本事業で活用可能なアカウントはありますか。また、本事業において新規SNSアカウントを開設・運用する提案も可能でしょうか。	本市が運用しているSNSアカウントについては、原則すべて活用可能です。 新規SNSアカウントを開設・運用する提案も可能です。
54	仕様書_3 業務の内容_ (2) 独自提案	実際に相生市へ移住した子育て世帯への取材は可能ですか？	取材対象者の了承が得られれば可能です。
55	仕様書_9 貸与資料等_ (1)	写真・動画など、相生市から提供いただける既存のPR素材にはどのようなものがありますか？	相生市公式ホームページ及びポータルサイト内で使用しているロゴや画像等及び相生ペーロン祭写真コンテストの入賞作品については使用可能です。 動画については、YouTubeの相生市公式チャンネル内の相生市プロモーション動画以外の動画は使用可能です。 (https://youtu.be/_mICJvI0wcQ?si=X3LvCfKY1oyUohxk) その他の画像については、個別にご相談ください。
56	仕様書_9 貸与資料等_ (1)	過去3～5年間の移住者数および移住相談件数についてご提供いただくことは可能でしょうか。また、そのうち子育て世帯の移住実績が分かるデータがあれば、併せてご提供いただけますでしょうか。	移住相談件数については、別紙2 移住相談等実績ファイルをご確認ください。 移住実績に関しては、兵庫県内・大阪府・岡山県からの転入が多い傾向にあります。
57	仕様書_9 貸与資料等_ (1)	過去の移住者について、移住元の地域や、移住に至った主なきっかけ・理由等を把握されているデータはありますか。	移住元に関しては、兵庫県内・大阪府・岡山県からの転入が多い傾向にあります。 移住に至った主なきっかけ・理由等に関しては、あつまれ新婚さん応援金交付事業においては、約7割の世帯が転入のきっかけとなったと回答しています。
58	イベントの数値について	サイトからの体験ツアー参加者/宿泊体験参加者/Zoom面談者の件数（各月、年間）は共有いただけますか？	サイトを通じた移住相談等の件数は把握しておりません。 移住相談件数等については、別紙2 移住相談等実績ファイルをご確認ください。

59	移住者の数値について	年間の移住者の数字（過去3年）は共有いただけますか？	過去3年間の転入出者数については、下記の通りです。 R5年度 転入 756人 転出 912人 R6年度 転入 805人 転出 842人 R7年度 転入 804人 転出 889人
60	サイトリニューアルについて	相生市の該当サイト（11の鍵）をリニューアルさせていただくことは可能でしょうか？ （HTMLで納品→UPは相生市様で行っていただく）	不可能です。
61	LP制作について	上記NGの場合は、別途LPサイト作成し、相生市様サーバーに乗せさせていただくことは可能でしょうか？	不可能です。
62	重視すること	WEB広告で最も重視することは何ですか？	WEB広告においては、ターゲット層への認知拡大とポータルサイトへの誘導を重視しています。本事業としては、これらを通じて、最終的に定住者の獲得につなげることを目的としています。
63	HPの計測ツール	HPにおいて計測ツール（GA4など）は導入されていますか？→していない場合→弊社で導入させていただくことは可能でしょうか？	ポータルサイト管理事業者において、GA4を導入しています。
64	計測タグについて	広告効果を検証するため、HPに計測タグの設置は可能でしょうか？	ポータルサイト管理委託事業者との協議の上となりますが、可能の前提でご提案ください。
65	取材について	近年で移住された方に取材をさせていただくことは可能でしょうか？また顔出しはNGでしょうか？	対象者から了承が得られれば取材の紹介は可能です。顔出しについては、対象者との協議次第です。
66	導線について	ここ数年で移住された方で、もっとも多い導線／フローを教えてください。 例）お祭り参加→問合せ→宿泊体験→移住 一番最初の相生市に触れるきっかけが何かを知りたいです。	就職、転勤、入学を除けば、結婚に伴う転入が多い傾向にあります。
67	sns運用について	現在運用しているSNSについておしえてください ・一番力を入れている媒体は何ですか？ ・FB、インスタ、LINE等、どのように使い分けしていますか？ ・sns運用において困っていることは何ですか？	運用しているSNSは、Facebook、Instagram、LINEです。 Facebook、Instagramに関しては市内外へ向けたシティプロモーション、LINEに関しては、主に市民向けの広報媒体として運用しています。 SNS運用において困っていることは、SNS担当職員のスキル・ノウハウに頼る部分が大きい点や投稿ネタの不足により投稿が滞りがちになる点です。
68	KPI について	WEB 広告から相生市ポータルサイトへの閲覧者誘導や広告の表示回数・クリック率などは想定されている数字や最低到達（目安）数字などはございますか。	本業務では、提案内容に応じた成果指標（KPI）をご提案いただくこととしており、特定の指標を市があらかじめ限定することはいたしません。
69	著作権について	画像使用について年数を区切ることはできますか。 弊社ではお子さまをモデルとして使用しますが、万が一を考えて5年程度の仕様年数に制限をかけることが一般的です。（更新可） この万が一は今まで幸いにして一度もありませんが、お子さまの死亡・重病などによる、ご家族からの申し出を想定しています。	年数を区切ることは可能です。
70	プレゼンテーションに際して	パソコンは参加者が持参、プロジェクターは相生市様でご用意と記載されていますが、パソコンとプロジェクターを繋ぐケーブルもお借りできるという認識で大丈夫でしょうか。 また、その際の規格もご教示ください。	ご認識の通りです。 ケーブルの規格は、HDMIとなりますので、HDMIに対応したパソコンの持参をお願いします。

別紙1 過年度プロモーション実績

令和5年度

実施内容	実績
ポータルサイト	ユーザー数：16,647 セッション：20,706
リクルート アドレスターゲティング SNS アドレスターゲティング広告配信	配信時期：12月～1月 配信回数：3,282,623回 クリック数：10,372回
TVer 広告	配信時期：12月～1月 配信回数：550,012回 クリック数：613回

令和6年度

実施内容	実績
ポータルサイト	表示回数：67,975 アクティブユーザー：26,772
SUUMO プレミアムディスプレイ広告	配信時期：12月～1月 配信回数：25,013,039回 クリック数：24,228回
UniverseAds ターゲティング広告	配信時期：12月～1月 配信回数：3,891,211回 クリック数：14,571回

令和7年度

実施内容	実績
ポータルサイト	表示回数：147,569 アクティブユーザー：46,681
リクルートID Lierco 広告	配信時期：12月～1月 配信回数：5,346,382回 クリック数：46,448回
LINE 広告	配信時期：1月～2月 配信回数：1,206,216回 クリック数：103,012回

ポータルサイトの実績については、令和6年度よりユニバーサルアナリティクス（UA）から Google Analytics 4（GA4）へ移行した関係で、実績の集計方式に違いがあります。

別紙2 移住相談等実績

令和5年度

移住相談	対応方法	件数
	対面	17
	電話	24
	メール	12
	オンライン	1
	移住ツアー	1
	移住相談会	7
	計	62

お試し住宅	利用者数	移住者数
	10組22名	なし

令和6年度

移住相談	対応方法	件数
	対面	25
	電話	14
	メール	15
	オンライン	3
	移住ツアー	2
	移住相談会	10
	計	69

お試し住宅	利用者数	移住者数
	12組20名	1組3名

令和7年度

移住相談	対応方法	件数
	対面	11
	電話	26
	メール	9
	オンライン	3
	移住ツアー	4
	移住相談会	8
	計	61

お試し住宅	利用者数	移住者数
	12組20名	2組2名

※二地域居住（住民票は市外）