

質問及び回答書

令和 7 年 1 0 月 2 2 日

質問者

住所又は所在地

商号又は名称

代表者職氏名

担当者氏名

電話番号

E-mail

業務名		高松市シティプロモーション動画広告業務委託
No.	質問事項	回答
①	これまで本動画に関して、どのような PR 活動（特にインフルエンサーを活用したもの）が行われてきたか、具体的な事例や媒体があれば教えてください。	これまでの PR 活動で、インフルエンサーを活用したものはございません。 その他の PR 活動としては、動画の公開初日に、動画内でも配布していた号外（表面：公開 URL に遷移する QR コード、裏面：ロケ地マップを掲載）を、東京・渋谷で 1,000 部配布したほか、YouTube 及び X で広告放映を実施しました。また、本年 2 月には高松自動車道豊浜 S A（下り）で、5 月には本市で開催された『TGC 香川 2025』において、動画のショート編を放映しています。加えて、東京都港区内の 38 施設、計 72 台あるデジタルサイネージで動画を放映するとともに、本市のシティプロモーションプロデューサーや東京事務所職員が、東京圏で行われるイベント等で PR しています。
②	本企画で「東京圏の 10 代～40 代」を主なターゲットとしている意図や背景について詳しくお伺いしたいです。	本市の転出者数は年々超過傾向であり、特に将来の担い手となる若い世代の減少が顕著です。またコロナ禍を経て、場所を選ばない働き方が広まってきましたが、依然として東京圏一極集中の状況は続いています。そのため、そのような東京圏へ流出した若い世代（10 代～40 代）をターゲットにすることにより、関係人口、ひいては移住者の拡大に繋げたいという意図があります。

③	PR 動画視聴後のユーザー行動について本動画を視聴してもらった後に、視聴者に期待する具体的な行動やゴールがあれば教えてください。	本動画の視聴をきっかけに、本市に対する関心や親しみを持っていただくことを目的としています。 したがって、直ちに移住等の行動に繋がることを求めるものではなく、まずは本市を旅行先の候補として想起していただくなど、本市に対して好意的な印象を持ってもらうことを期待しています。 また、実際に本市を訪れた方が、「高松は良いところだった」と周囲に伝えることで、本市の魅力がさらに広がっていくような好循環の創出を目指しています。
---	--	--

(提出先) 高松市政策局

広聴広報・シティプロモーション課

TEL : (0 8 7) 8 3 9 - 2 1 6 1

E-mail : pr_c@city.takamatsu.lg.jp