

No	質疑	回答
1	仕様書に記載の「令和5年度に制作した、市民が市の魅力を伝えるという本市のPR動画」とあるが、具体的にどの動画を指しているか。	流山市ブランディングサイト「ながれやま style」に動画の一覧を掲載しています。 掲載ページのURL 「 https://brand.city.nagareyama.chiba.jp/challenge/4355/ 」
2	「令和5年度に作成した本市のPR動画および令和6年度に制作する本市のPR動画が、SNS等で閲覧できる環境を構築」とあるが、環境を構築とはどのようなことを指すか。	多くのブランディング対象者にSNS等を活用し、市のPR動画のみが一覧で表示される環境を構築することを指します。
3	昨年度のブランド推進業務の実施報告書があれば拝見させていただくことは可能か。	実施報告書は公表していません。
4	首都圏からの移住に関して、流山市が具体的に競合あるいはベンチマークと捉えている都市はあるか。	ベンチマークと捉えている都市はありません。
5	第I期シティセールスプランでは定住対象を30～40代前半のDEWKSとしており、今回の業務の対象とは乖離がありますが、もう少し若い世代へターゲットをシフトするという認識で相違ないか。	仕様書のとおりです。 近年の転入増加数が多い20代後半から30代の子育て世代共働き夫婦（DEWKS）をブランディング対象としています。