

質問書に対する回答

業務名:「首都圏プロモーション事業」

	質問項目	質問内容	回答内容
1	仕様書4(2)「テレビスポット」	放送エリアに「全国ネット可」とありますが今回のプロモーション対象エリアである首都圏以外へのCM到達は評価上、加点となるのでしょうか？ 加点となる場合、その加点割合を教示ください。	首都圏以外へのCMについては、加点要素とはなりません。各テレビ局との契約で全国ネットも同予算で対応ができるのであれば、それを妨げるものではありません。
2	仕様書4(2)「テレビスポット」	放映エリアに「Tver」とありますがTverでの放送はマスト事項でしょうか？ また「Tver」のみ記載されていますがその意味を教示いただけますでしょうか。	Tverについてはマストの次項としたい。また、Tverのみを記載しているのは、配信サービスの中で総務省の調査の中で最も利用率が高くなっているため。
3	仕様書4(4)「交通広告」	指定されている「浜松町駅及び羽田駅」については東京モノレールのJR・東京モノレールの浜松町駅と京急・東京モノレールの羽田空港駅でよいでしょうか？ ※京急線は「羽田空港第1・第2ターミナル駅」と「羽田空港第3ターミナル駅」の2駅、東京モノレールは「羽田空港第3ターミナル駅」と「羽田空港第1ターミナル駅」、「羽田空港第2ターミナル駅」の3駅がございますが、そのいずれかでOKという理解でよいでしょうか？	東京モノレールの浜松町駅、第一ターミナル駅、第二ターミナル駅、第3ターミナル駅を想定しています。
4	仕様書4(4)「交通広告」	交通広告についてのみ「効果測定」の実施とありますがその他(TV,WEB)には必要ない理由を教示いただけますでしょうか。	交通広告については、特に次年度以降の実施の参考にするため、別途、記載をしていますが、仕様書5に記載の通り、他の実施内容についても、運営目標のKPI設定及び効果測定は実施いただくことになります。
5	仕様書4(1)「クリエイティブ制作」	「キービジュアル」とは交通広告やLPなどに共通する「メインビジュアル」という認識でよいでしょうか？	ご認識のとおりです。
6	仕様書4(1)「クリエイティブ制作」	「②徳島県PR動画」と「③徳島県観光PR動画」の内容の違いは何でしょうか？	県PR動画は「県産品」や「ふるさと納税」といった「観光以外」の内容も含むPR動画の意味です。
7	仕様書4(1)「クリエイティブ制作」	②の動画8本以上の内訳はどのようなイメージでしょうか？ ※「2～3分の長尺1本+30秒程度の短尺7本」または「長尺4本+短尺4本」など。	「2～3分の長尺1本+30秒程度の短尺7本」のイメージです。
8	仕様書4(1)「クリエイティブ制作」	②と③の「8本以上」というタイプ数に理由はあるでしょうか？ 取り上げたいコンテンツ(食、観光地、イベントなど)が8つ程度ある、など。その場合はどのようなコンテンツを想定されているでしょうか？	四季それぞれで2本のイメージです。取り上げるコンテンツは受託者からの提案をいただきます。
9	仕様書4(1)「クリエイティブ制作」	④「写真素材、動画素材」とは編集やデザインをしていない「素材データ」の納品でしょうか？	ご認識のとおりです。
10	仕様書4(3)「Webプロモーション」	ランディングページの制作も仕様に含まれるのでしょうか？	ランディングページの制作も含まれます。
11	仕様書5「目標設定」	仕様書で示していただいているSNSフォロワー数等、各項目の現状の数値を教示いただけますでしょうか	阿波ナビSNS(Instagram)フォロワー数1.7万人 年間観光入込客数:1,589万人(R5年度) 観光満足度:92%(R5年度) 徳島阿波おどり空港利用者数:107万2,200人(R6年度) 年間延べ宿泊者数:253万人(R6年度)
12	募集要項9「企画提案書等の提出」について	(エ)参考資料にある「他団体との間で類似業務実績を示す資料」とはJV等での類似実績という認識でよろしいのでしょうか？ また提出物は1部でよろしいでしょうか？	ご認識のとおりです。
13	4-(1)-ア クリエイティブ制作物	ア制作物 ②徳島県PR動画(2分～3分程度 ダイジェスト版30秒程度) ⑤ノベルティについて、活用用途・配布対象者・納品必須時期に指定があれば教えてください。	動画、ノベルティとも12月までには納品をお願いしたい。
14	4-(1)-ア クリエイティブ制作物	制作物②③は各8本以上と本数が多いため、広告媒体によっては、例えば4本を先行して納品し、1ヶ月後に残り4本を納品するなどの分割スケジュールを想定しても問題ないでしょうか。	分割納品も可です。
15	4-(1)-ア クリエイティブ制作物	PR動画を実写でなくアニメーションで提案する場合でも、別途、実写の写真・動画素材の納品は必要となるという認識でよいでしょうか。	ご認識のとおりです。

	質問項目	質問内容	回答内容
16	4-(1)-ア クリエイティブ制作物	制作物③は制作物②の動画素材を15秒に編集し、横型及び縦型にリサイズした素材という認識でよいでしょうか。	ご認識のとおりです。
17	制作物 写真素材、動画素材について	(業務委託仕様書 1ページ目 制作物 より)「④写真素材、動画素材」とは制作するPR動画で使用する素材の ことを指しておりますでしょうか。具体的な使用目的を教えてくださいと幸いです。	写真素材、動画素材はPR動画等を作成する際のものでも構いません。用途としては県が独自で制作する印刷物、動画の素材としての利用となります。
18	制作物 写真素材、動画素材について	(業務委託仕様書 1ページ目 制作物 より)「④写真素材、動画素材」が動画制作とは別に提出(制作)が必要な 場合、こちらにも新たに撮影したものに限りますでしょうか。或いは自社で所有する素材を提出することも可能でしょうか。	既に所有する素材でも可能です。
19	制作物 ノベルティについて	(業務委託仕様書 1ページ目 制作物 より) 複数のノベルティではなく単体での個数として「1000個以上」という事ででしょうか。	単体で1000個以上です。
20	制作物 ノベルティについて	(業務委託仕様書 1ページ目 制作物 より) ノベルティは制作するPR動画の内容とリンクした物にする必要が ございますでしょうか。(例えばPR動画を視聴した方に配布される 前提なのか) ノベルティの配布機会を教えてくださいと幸いです。	ノベルティと動画の内容はリンクする必要はありません。ノベルティは県内外での旅行博等のイベントの際の配布用で想定しています。
21	過去事例の有無、結果に関して	募集要項 1参照 過去このような首都圏プロモーションを行ったことはありますでしょうか。あれば目標KPI・結果に関してどう評価されましたでしょうか。	過去に同様の事例はありません。
22	特に注力したい告知時期に関して	募集要項 3参照 契約期間の中で特に告知に注力したい時期等ございますでしょうか。	年末年始を含む12月から1月に注力したいと考えています。
23	制作物の動画に関して	仕様書4.(1).ア参照 制作物の動画について8本という設定の理由はございますか。また動画は計16本以上という認識でよろしいでしょうか。また②徳島県PR動画、③徳島県観光PR動画をそれぞれ制作したいと考えた理由を教えてくださいと幸いです。	四季それぞれで2本のイメージです。16本以上としています。 ②は県産品やふるさと納税にもつながるもの、③は観光をメインとする為、分けています。
24	制作物におけるノベルティに関して	仕様書4.(1).ア.⑤参照 ノベルティの使用用途を教えてくださいと幸いです。	県内外での旅行博等のイベントの際の配布を予定しています。
25	写真素材/動画素材に関して	仕様書4.(1).ア①～④参照 写真素材/動画素材は①～③で使用した素材という認識でよろしいでしょうか。また、その素材の使用用途を教えてください。	写真素材、動画素材はPR動画等を作成する際のものでも構いません。用途としては県が独自で制作する印刷物、動画の素材としての利用となります。
26	大阪万博のコンセプトに関して	仕様書4.(1).イ参照 大阪万博の徳島県ブースのコンセプトである「水とおどる Where Water Flows」に関して、公表していない読んでおくべき資料等があればご共有いただけますと幸いです。	大阪・関西万博の徳島県公式サイトをご覧ください。 https://expotokushima.jp/about/
27	テレビスポット放映に関して	仕様書4.(2)参照 テレビスポット放映に関して4週間以上連続での放映を希望しておりますでしょうか。	4週間を希望しますが、予算的に難しい場合は、短縮いただいても構いません。
28	Webプロモーション施策の方向性に関して	仕様書4.(3)参照 SNSキャンペーンやフォロワー増に向けた広告施策は検討していますでしょうか。	別途、検討中です。(インフルエンサー招聘など)
29	ランディングページについて	仕様書4.(3).ア参照 ランディングページについては委託会社が作成・納品をするという認識でよろしいでしょうか。その場合、ドメインや環境の指定条件はありますか。またランディングページの納品タイミングを教えてください。	ランディングページは委託事業者が制作・納品となります。ドメインや環境については、委託先決定後の協議となります。納品については、WEB広告実施までに納品をお願いします。
30	KPIにおけるSNSフォロワーに関して	仕様書5参照 KPIにあるSNSフォロワーに関してInstagramの阿波ナビ(@tokushima_awanavi)のフォロワーという認識でよろしいでしょうか。	ご認識のとおりです。
31	PR動画の制作本数確認	仕様書4(1)ア:クリエイティブの② 徳島県PR動画(2分～3分程度 ダイジェスト版:30秒程度)8本以上」、は、8本に対して2～3分尺と30秒尺の2パターン、ファイル数で言えば16本用意するというカウントで間違いはないか、確認させてください。	長尺分1本、短尺分7本の計8本以上(ファイル数では8本)となります。
32	PR動画の制作本数確認	仕様書4(1)ア:クリエイティブの③ 「徳島県観光PR動画(15秒)横型及び縦型 8本以上」、も同様に、観光PR動画8本に対し、縦型・横型、ファイル数で言えば16本用意するというカウントで間違いはないか、確認。させてください。	長尺分1本、短尺分7本の計8本以上(ファイル数では8本)となります。

	質問項目	質問内容	回答内容
33	写真素材・動画素材の確認	仕様書4(1)ア:クリエイティブの④ 「写真素材、動画素材」は、具体的になにを指しているか。動画の制作に関連して撮影する(使用する)画像素材の提供を行えばよいだけか、なにか別途で撮影が必要なものを想定しているのか。	動画制作の際に使用した素材を提供いただければ結構です。
34	TVスポットについて	仕様書4(2)テレビスポット放映 「(1)の制作物を活用した15秒素材を利用し」とあるが、ダイジェスト版30秒をベースに15秒素材を作る必要があるということか。それとも15秒動画をベースにした制作を念頭に置いているか。全体で、CM素材としては何本を想定した仕様か。	制作した15秒のPR動画をベースにした制作を想定しています。放映量100PRP以上で素材数は予算内での実施をお願いします。
35	TVスポットについて	仕様書4(2)テレビスポット放映 TVスポットを放映するにおいて、意識したい(特にCMを見てもらいたい)ターゲット年齢層などを設定していたら、教えて欲しい。また、「こういった番組のCM枠で放映したい」といった希望があれば教えて欲しい。	本県の観光客層は40代以上が多くなっていますが、発信力が高い20代～30代の女性をターゲットにそれに合わせた番組の提案をください。
36	Webプロモーション	仕様書4(3)Webプロモーション 「作成したランディングページに誘導するとともに口コミやSNS投稿につなげる」のランディングページは本事業内で作成するものか、それとも別途、県が制作するものか。もし、既存のものであれば示してほしい。	ランディングページは受託者で作成をお願いします。
37	Webプロモーション	仕様書4(3)Webプロモーション 「配信に当たってアカウントが必要な場合には、受託者が作成するものとする。」となっているが、広告配信する際に貴県が運用中のアカウントを使用する提案は可能か(目標設定に、阿波ナビのIGアカウントのフォロワー数2.2万人とあり、ここはフォロワー数増のために阿波ナビのIGアカウントを使用したいと考えています)。	配信のアカウントは受託者側でご準備ください。 (県のアカウントの使用はできません。) →観光関連情報については、阿波ナビのアカウントの利用も可とします。但し、掲載内容によっては県のアカウントの利用できないこともありますので、その場合は都度、協議となります。)
38	Webプロモーション	仕様書4(3)Webプロモーション 「配信に当たってアカウントが必要な場合には、受託者が作成するものとする。」となっているが、受託者がもつ既存のアカウント(ある程度のフォロワーが既にいる)からの配信も可能か。それとも新規のアカウント作成が必須か、	新規のアカウントを必須とします。 → 配信内容に応じて、既存アカウントの利用も可とします。
39	交通広告について	仕様書4(4)交通広告のイ:実施内容 「東京モノレール社内の中刷り広告による車両ジャックを2か月以上の期間で行うこと」とあるが、当該枠が確保できないなどの事情が生じたときには、代替媒体の提案をすることは可能か。また、もし他に更なる効果が見込めそうな交通媒体がある場合には、その媒体を提案することは可能か。	東京モノレールの浜松町駅、第一ターミナル駅、第二ターミナル駅、第3ターミナル駅を想定していますが、枠が取れない場合は、他の媒体の提案も可能とします。
40	交通広告について	仕様書4(4)交通広告 「実施内容についての効果測定を実施すること」とあるが、想定している効果測定の方法はあるか、接触人数の算定があれば、効果測定として十分か。	効果測定の手法を合わせて提案してください。
41	目標設定について	仕様書5 目標設定 目標値とされている観光満足度90%は、22年度の調査結果をもとにした28年度の目標値だと思うが、22年度の調査概要はどのようなものか。この調査概要がわからないと、満足度をどのように調査したのかが不明瞭で、本事業でどのようにこの指標に貢献できるかが算出できないため教えてほしい。	本県の主要な観光地を訪れた旅行社への聞き取りを実施し、「非常に満足」、「満足」と回答した方の割合となります。
42	目標設定について	仕様書5 目標設定 徳島阿波おどり空港の利用者数120万人の28年度目標の内、首都圏での人数の当初計画または今後の見込みを教えてください。	「首都圏での人数」という目標は設定していませんが、徳島阿波おどり空港の利用客数の約95%が羽田便の利用者です。
43	ノベルティグッズ について	ノベルティグッズの制作・配布目的をご教示いただきたく存じます。 また、どのようなノベルティをイメージされておりますでしょうか。	県内外での旅行博等のイベントの際の配布を予定しています。(例、すだちくんのキーホルダーやステッカーなど)
44	訴求ターゲットに について	最もリーチをさせたいターゲットの年齢層はどのようになりますでしょうか。	来県実績が多くない20才～30才台の年齢層
45	メディア露出 について	PR全体露出を通して一番盛り上げたいタイミングはございますでしょうか。	年末年始を含む12月から1月に注力したいと考えています。
46	制作物について	②徳島県PR動画と、③徳島県観光PR動画の違いはどのようにイメージされておりますでしょうか。また、それぞれ8パターン以上の作成が必要と仕様書をお見受けいたしました。それぞれの制作を行いたい背景や意図はございますでしょうか。	四季それぞれで2本のイメージです。16本以上としています。 ②は県産品やふるさと納税にもつながるもの、③は観光をメインとする為、分けています。