

令和6（2024）年度とちぎ結婚・子育て気運醸成動画制作及び情報発信業務委託  
 公募型プロポーザルに係る質問内容と回答

No.	仕様書の項番	質問内容	回答
1	5(1)ア 動画の仕様 (ア)、(イ)	①制作する動画への出演者は2～3パターンを提案とあるが、実際の制作にあたっては1組(または1名)が3本(または10本)に共通で出演することを想定しているか。 ②その場合、委託費内で実現可能であれば、動画のテーマに合わせて出演者を変えることも可能なのか。	①著名人出演の15秒バージョン動画3本については、3動画において共通した出演者の組み合わせ（1組の出演）を想定しております。 また、一般エキストラ出演の30秒バージョン動画10本については、制作本数が多く動画のテーマも多岐に渡ることから、複数の出演者パターン（3パターン程度）を想定しており、その一部の出演者については、提案に基づき、SNS上で大きな影響力を持つインフルエンサー等の活用を想定しております。 ②30秒バージョン動画10本については、動画テーマに合わせて出演者を変えることも可能です。
2	5(1)ア 動画の仕様 (ア)	①15秒バージョンの著名人で「著名人候補案（2～3名で1組）を2～3組程度提案すること」とあるが、「1名で1組」では不可の認識でよいか。 ②複数人数・組み合わせが提案項目の設定になっている理由があれば教えてほしい。	①「1名で1組」は想定しておりません。 ②複数人数（2～3名）で1組としているのは、動画のテーマを踏まえ、夫婦や親子といった家族設定での出演をイメージしているためです。また、複数パターン（2～3組程度）の提案としているのは、著名人のスケジュール確保等を踏まえた出演の実現可能性を高めるためです。
3	5(1)ア 動画の仕様 (イ)	①30秒バージョンの一般エキストラについては名前なども含めて公開等の対象になるか。 ②一般エキストラは一般人とは異なり事務所等に所属されている方も含まれる認識でよいか。 ③一般エキストラは栃木県民である必要はない認識でよいか。	①名前などの公開は想定しておりません。 ②事務所等に所属されている方でも特に問題ありません。 ③栃木県民でなくても特に問題ありません。
4	5(1)ア 動画の仕様 (イ)	①30秒動画に出演するインフルエンサー等については、特に配信期間は設定せず、権利買い切りが前提という認識で問題ないか。 ②ここでの「事前告知」「事後告知」についてはご本人のSNSアカウントでの発信が前提であるか。	①現時点では30秒動画の配信期間を設定する予定はありません。また、権利買い切りとするかどうか等については、出演者が決まり次第、個別に調整の上で判断することを想定しております。 ②現時点ではそのような前提を想定していません。

No.	仕様書の項番	質問内容	回答
5	5(1)エ 動画の掲載先（予定） (イ)	①制作する 30 秒動画には分野が異なるテーマが混在しているが、それらの動画が同じ場所に格納される可能性もあるか。 ②現在子育て分野については「とこほ」に映像ギャラリーがあるが、その他の分野ごとに動画を格納するページを作成する予定はあるか。	①すべての動画を同じ場所に格納する可能性があります。 ②子育て分野以外について、個別分野ごとに格納ページを作成するかは現時点では未定です。
6	5(2)ウ 広告媒体等	コンビニエンスストア店内ビジョン広告については、2 画面に動画を放映し、施策について紹介する静止画を 1 画面に表示する形式での実施でよいか。	3 画面のうち、両端の 2 画面で同一動画を放映し、中央画面を案内・紹介用の静止画表示とすることを想定しております。
7	5(2)ウ 広告媒体等	①各媒体（テレビやラジオ）での動画放映についてかかる費用は委託費に含まれない認識でよいか。 ②テレビはケーブルテレビなども対象になるか。	①動画放映に係る費用も委託金額に含まれます。 ②テレビは県域テレビ（とちぎテレビ）を想定しております。
8	5(2)ウ 広告媒体等	①YouTube 動画広告について、「配信対象 40 万人に対し 3 回表示」と記載があるが、こちらの目標は達成必須か。（YouTube にはその部分を保証するプランがないので難しいと考えているため） ②ここでの「表示」の持つ意味としては、再生完了ではなく、広告表示の回数という意味で間違いな いか。	①「3 回表示」については、達成目安です。 ②「表示」については、本事業での動画広告は「ノンスキップブル動画広告」を想定していることから、表示回数≒再生完了回数と考えております。
9	5(2)エ 目標設定	YouTube での広告配信の目標は、表示（視聴開始）と視聴（視聴完了）のどちらであるか。（5 (2) ウ ①YouTube 広告の表には「表示」とあるため）	「表示」については、本事業での動画広告は「ノンスキップブル動画広告」を想定していることから、表示回数≒視聴完了回数と考えております。

No.	仕様書の項番	質問内容	回答
10	5(3)ア、イ	<p>ここでの「県民周知」では、具体的にどういったことを求めているのか。「(1)動画の制作および(2)動画等を活用した情報発信」で提案する内容とは別に、県民周知をするための内容を提案しなければならないということか。</p>	<p>県民の動画広告への関心度、県民が動画広告に接触したときの受容性を高める（県民に今回の取組概要を事前に認知させた上で動画を見てもらう）ために、県による「動画の制作」及び「動画等を活用した情報発信」という動きそのもの（県が動画による気運醸成を積極的に実施していること）を県民に広く知らしめる取組を想定しております。</p>
11	別記1（デジタルプロモーション等実施時における留意事項）	<p>①こちらに記載の留意事項は、実際に仕様書に含まれている内容および各社の自由提案で留意事項が含まれている場合に順守するという認識で間違いはないか。</p> <p>②Google アナリティクスに関しての業務が発生する際は権限を付与してもらえという認識で間違いはないか。</p> <p>③SNS のアナリスト権限の付与とは、栃木県が閲覧できるようにすれば問題ないという認識で間違いはないか。</p> <p>④8 の（1）内の「アクセス情報」については、広告の遷移先の訪問ユーザーと YouTube 動画の視聴者という認識で間違いはないか。（基本、視聴者リマーケティングリストについては、YouTube のみのため）</p>	<p>①～④までのいずれについても、その認識で間違いありません。</p>