

結婚・子育てポジティブキャンペーン動画等作成業務委託に関する質問及び回答

番号	実施要領等 (項目番号)	質問	回答
1	募集要領・仕様書	県の予算成立の時期の見通しは。また、本予算の成立は契約締結日前行われる認識で相違ないか。	県の予算成立は3月中旬を予定しており、本事業の契約締結以前となります。
2	仕様書5(2)①	受託後、県が作成したCM動画素材を入稿いただくことは可能か。CM放映枠の時間に制限はあるか。	CM動画は当課より受託事業者へ入稿します。放映枠の時間に制限はありません。
3	仕様書 5(2)①ア	企業向け動画の放映に関して、「テレビで放映すること」とあるが、ターゲットである経営者や人事担当者への到達精度を高めるため、予算内でクロスメディアでの展開提案を行うことは可能か。また、評価の対象となるか。	可能です。 テレビCMも含め、効果的な提案となっているかが評価対象となります。
4	仕様書 5(3)①イ	地域・親世代向け記事の取材対象者について、「提案時に候補者を提示すること」とあるが、提案段階で「具体的な個人名や企業名まで確定し、内諾(掲載承諾)を得た状態」での提示が必須か。本事業の目的に沿った「想定するロールモデルの属性(ペルソナ)や、候補先を選定・アプローチするための具体的な手法」の提示でも要件を満たすか。	「想定するロールモデルの属性(ペルソナ)や、候補先を選定・アプローチするための具体的な手法」の提示でも要件を満たしますが、受託後に取材対象者が見つからない、了承を得られない等の問題が発生しないよう留意してください。
5	仕様書 5(3)②イ	地域・親世代向け記事について、「掲載は紙媒体とし」とあるが、より広く親世代にリーチさせるため、紙媒体への掲載に加えて、その記事コンテンツをSNSで広告配信・二次展開する施策を提案に含めることは可能か。	可能です。
6	仕様書 6	本業務の目標KPIとして「動画再生回数 20万回」が設定されているが、過去に県で実施した類似の意識啓発キャンペーンにおける達成実績や、当時の広告媒体費の配分等の参考データが開示可能か。	令和6年度に実施した、動画を使った意識啓発キャンペーンでは、YouTube広告により約24万回の視聴がありました。広告費は約40万円でした。
7	仕様書7	本業務の遂行体制について、県との十分な意思疎通を図るための定例打ち合わせや日常的な調整業務について、Web会議システム等を用いたオンライン進行を主とすることは可能か。また、現地(愛媛県庁等)での対面打ち合わせが必須となるプロセスの想定頻度があるか。	県として対面打ち合わせを必須とする場面は想定していません。業務の遂行に支障がなければ、オンラインを主とした進行でかまいません。
8	仕様書 別記1 1(2)	デジタルプロモーション実施にあたり、愛媛県公式のGoogleタグマネージャ等の活用が指定されているが、現在「えひめ結婚支援センター」や「縁ゲージネット HIMEKON」の計測環境は、本業務の高度な効果検証が即時実施可能な状態まで整備されているか。あるいは、受託者が主導して環境構築・改修を行う必要がある場合、その改修費用は本業務の予算内に含むべきか。	「えひめ結婚支援センター」や「縁ゲージネット HIMEKON」にGoogleタグマネージャはすでに実装されており、Googleアナリティクスの計測も行われています。 すでに設定済みのタグ(カスタムイベントやCV計測など)はありますが、本業務の効果検証のために追加のタグ設定が必要な場合には、本業務の予算内で事業者が実施することとなります。