

令和6年度子育て世帯向け移住促進に係る情報発信及び動画制作業務に係る企画提案競技に関する質問への回答

No.	質問項目	質問内容	回答
1	仕様書3	プロモーションの目標について、「子育て世代で5万回以上の視聴とする」とありますが、制作する動画4本の合計の視聴数という認識でよろしいでしょうか。	ご認識の通りです。
2	仕様書5(2)	PR動画のテーマは子育て世代へのアピールポイントなどをもとにこちらで設定する、という認識でよろしいでしょうか。	ご認識の通りです。
3	仕様書10(2)⑧	動画内に著名人などを起用する提案をする場合、著名人側との契約の関係から動画の公開期間に制限を設けることは可能でしょうか。	仕様書で定める最低動画本数4本については、公開期限に制限を設けることは不可です。 4本を超える動画を追加提案としてご提案いただける場合には、5本目以降の動画(追加提案分)の公開期限を設けることには差し支えありません。
4	仕様書5(2)イ、エ	イの業務内容において、「動画本数は4本以上の制作」とありますが、もし4本ではなく、さらに本数が増えた場合も、すべての動画全体を通じて、合わせて、合計2エリア6市町村を担保する、という理解でよろしいでしょうか。	ご認識の通りです。
5	実施要項11.(1)	企画提案書はPDFにて送付とのことですが表紙～目次～提案内容を一式、見積もりは別途PDFという別々のデータ化にて送付という理解でよろしいですか？ そのうえで、企画提案書等のページ数等は無制限。表紙に会社名もあることから、内容に自社とわかる記載があることも自由であるという理解でよろしいですか？	(ア)表紙～(ウ)提案内容を記載の上、「企画提案書」として御提出ください。見積書は別途PDFで御提出ください。 企画提案書のページ数は無制限です。 表紙や内容に会社名や自社と分かる記載をいただいても構いません。
6	仕様書5(2)イ、エ	合計2エリア6市町村以上の地域を撮影するとは、どこかに地名等を明示するわけではなく、あくまで公平性の観点から、ロケ地として6市町村を使用するというイメージでよろしいですか？	1市町村にフォーカスせず、ある程度まとまったエリア単位で移住者に「暮らしやすい埼玉県」を売り込みたいため、合計2エリア6市町村以上としています。 地名の明示は必須ではございません。 背景として、県内では、市町村ごとに移住施策や県HPで各市町村の魅力をPRしていますが、移住希望者や潜在層に認知されなければ、施策やHPまでたどり着かないという課題があります。埼玉県は、豊かな自然が広がるエリアや交通利便性が高く子育て世帯が多く流入するエリアなど、様々な地域特性を持つ市町村で構成されています。本業務では、エリアの特性を動画でPRすることにより、埼玉県は暮らしやすいというイメージを醸成したいと考えています。本業務実施後の今後の展開として、市町村で実施する各施策や県HPへの流入が増加し、移住者増加に繋がりたいと考えています。
7	仕様書3	特定の市町村にフォーカスしない理由は？	
8	仕様書3	まとまったエリアとは具体的にどのような範囲を指すのか？	まとまったエリアは距離が近い・隣接した市町村や同じ鉄道沿線の市町村、あるテーマでくくった際に存在が近い市町村などを考えておりますが、それ以外にも良いアイデアがあれば御提案いただいても差し支えありません。

No.	質問項目	質問内容	回答
9	仕様書2	効果的なPRでもう少し掘り下げてお伺いしたいことがあります。 動画の効果は、ふたつあると考えております。 1.ひとつは移住検討層の最後の一押しとなる、理解を深めるアプローチ 2.1.よりも多くの方がいる、移住に関心がある層へ一層の興味関心をもたらせる表現。 一般的なCM的なアプローチですね。 今回は15秒・30秒と昨今の動画では短い尺です。1.番目は不得手と思えます。 2.と心得てよいのでしょうか？	ご認識の通り、2.を狙った事業です。
10	仕様書5(2)	協制作する動画の本数につきまして、2テーマ以上でショートおよびロングで計4本ですが、例えば4テーマ×ショートおよびロング計8本になってもよろしいでしょうか。	ショート2本とロング2本は制作必須としていますが、それ以上制作いただくことも差し支えありません。
11	仕様書5(2)	埼玉県公式YouTubeチャンネルにて公開した動画に対して広告をかけることは可能でしょうか。	可能です。
12	仕様書5(1)ウ	動画再生目標回数5万回以上とすることとありますが、目標回数を達成できなかった場合委託費用を支払わない等のペナルティはございますか。	動画再生回数5万回以上を達成できるよう十分にシミュレーションを行った上で情報発信戦略の御提案をお願いできればと思っています。そのため、現時点でペナルティ等の検討はしていません。
13	仕様書5(1)ウ	動画撮影と公開における時期の指定はございますでしょうか。	動画の納品時期及び公開時期は、動画再生回数5万回以上を達成できるようなスケジュール(動画撮影や公開時期、広告配信時期等)を御提案いただき、御提案内容を基本として契約候補者と県との行儀の上決定します。
14	仕様書2、3	広告配信のターゲットは20～40代の子育て世代とありますが、埼玉県を除く首都圏等、地域の指定はございますでしょうか。	埼玉県を除く首都圏(東京都、神奈川県、千葉県)を考えています。 埼玉県の強みとして都内から通勤しやすいことが挙げられるため、メインターゲットは都内在住の20～40代子育て世代を考えています。
15	過去制作動画について	現在公開されている埼玉県様制作の2本の動画は、今後も掲載(使用)される予定でいらっしゃるのでしょうか。 ※「自然がいっぱい!」と「埼玉物語」 https://sumunara-saitama.pref.saitama.lg.jp/immigration/archive-immigration-promotion/	ホームページには引き続きアーカイブとして掲載しますが、本業務の情報発信で使用することは考えていません。
16	仕様書5(2)イ	作成する動画は仕様書に4本以上と記載ございますが、特に上限はないのでしょうか。	上限はありません。
17	仕様書3	動画のアピールポイントの内容は受注後ご指定があるのでしょうか。	動画の内容は、御提案いただいた内容を基本として、契約候補者と県と協議の上決定しますが、協議の中で内容を指定させていただく場合もあります。
18	仕様書3	アピールポイントに①子育てしやすい環境、②都内への通勤のしやすさ、③災害の少なさ、④都心と比べて比較的安価な生活コストを挙げられていますが、こちらは必ず動画内容に必須の項目でしょうか。	ターゲット層に埼玉県の暮らしやすさが伝わる動画内容になっていれば、必須ではありません。 なお、仕様書に記載したアピールポイントは県として考えているアピールポイントであるため、ターゲット層に刺さるアピールポイントを他に御提案いただいても差し支えありません。
19	仕様書5(1)ア	子育て世帯で5万回以上再生を目指せるものであればyoutubeやtiktok、instagramなど媒体は特に指定ないと思ってよかったですでしょうか。	ご認識の通りです。

No.	質問項目	質問内容	回答
20	審査表	得点配分を拝見する限り、情報発信業務と動画制作業務の評価比率が半々で残りはその他への配分とお見受けしました。ここから察するに動画自体の企画というよりは情報発信や業務完遂に力を配分するというとらえ方でよかったですでしょうか。	お見込みの通り、情報発信、企画提案全般及び業務体制・業務完遂、動画制作を1:1:1の割合で審査表を作成しています。 見栄えの良い動画を作ることや再生回数を稼ぐことのみには注力するのではなく、設定したターゲット層へ動画を活用して効果的かつ効率的に埼玉県の暮らしやすさをPRし認知してもらえることを目的に本事業を実施したいと考えています。
21	仕様書5(2)エ	路線が県をまたぐケースがあるが、あくまで放映は路線の埼玉県内部分のみでの放映となるのでしょうか？	放映する予定の路線や区間は未定です。今後、鉄道事業者と協議の上決定します。 鉄道事業者との協議次第ですが、東京都・神奈川県・千葉県から移住者を獲得したいと考えているため、県としてはその区間で放映したいと考えています。
22	仕様書5(2)エ	「まとまったエリア」とは、「隣接したエリア」という意味でしょうか？ 隣接していなくても、テーマでくくった際に存在(立ち位置)が近い市町村であれば「まとまったエリア」という扱いになりますか。	ご認識の通り、まとまったエリアは隣接したエリアに限らず、テーマでくくった際に存在が近い市町村であれば、まとまったエリアの扱いになります。 一方で、隣接したエリアをまとまったエリアという扱いにすることも差し支えありません。
23	実施要領7	すでに開催済のオンライン説明会のアーカイブ視聴はできないか？	アーカイブ視聴は実施していません。
24	審査表	本案件の審査において、本年4月に公募開始された「子育て世帯層向け移住促進オンデマンドセミナー動画」と内容的に関連させたり、逆に違う視点が求められている、という事はございますでしょうか。あるとしましたら、セミナー動画の採択内容について公表される予定はございますでしょうか。	本事業では移住希望者や潜在層に対し「埼玉県の暮らしやすさ」をPRして認知を獲得することを目的とし、「子育て世帯層向け移住促進オンデマンドセミナー動画」では移住検討者に対して、本県での暮らしやすさや子育ての魅力、移住者の暮らしぶりなどを紹介することを目的としています。 2つの事業の内容を関連させることは考えていませんが、契約候補者決定後、必要に応じて内容を共有することは可能です。