

項目	質問内容	回答
1. 過去施策	過去の就農促進動画の内容を教えてください。また視聴実績を教えてください。	R6年度：農業法人で活躍する女性の多様な働き方を紹介 (視聴回数はR8.6.18時点) ① https://youtu.be/Qh81LHo_zXA?si=HZgQ11a0192Bg0Sb (1,592回) ② https://youtu.be/b1NTnmB3RU8?si=7awtxKPrNKKhY_ue (711回) ③ https://youtu.be/AbC156-B8fE?si=XvZHCd8y1LgxAck0 (962回) R5年度：農業法人で活躍する若手農業者の様々な働き方を紹介 ① https://youtu.be/278QSV6g5rQ?si=v9kENQmJM8dFBWA0 (1,787回) ② https://youtu.be/31MnLeh5174?si=S50RerCHXduz5QPf (1,211回)
2. SNS・YouTube運用権限	動画投稿・広告設定は受託者が行うか、県側が行うか。	動画投稿は県が行い、広告設定は受託者で行う予定です。
3. 動画制作(仕様書5(1))	昨年度と同テーマでシリーズ化するか、新企画提案も可能か。	新企画提案可能です。
	雨天時はストーリーに影響がなければ屋内撮影中心でよいか。また、天候等により撮影が難しくなった場合、別の方への取材や納品日程の相談は可能か。	ストーリーに影響がなければ屋内撮影中心でも構いません。また、天候等により撮影が難しくなった場合、別の方への取材は不可となりますが、納品日程について別途個別相談させていただきます。
	屋外での作業風景撮影が必要な場合、撮影時期や時間帯に関する指定・制約があるか。	撮影内容によっては個別に相談させていただきます。
	ドローン撮影は受託者提案次第か。	はい。
	県指定3名の農業者の属性・決定時期	契約後にお伝えします。(地域については、上中下越バランスよく設定する予定です。今回は佐渡での撮影はありません。)
	撮影対象者の収入・経営・支援制度等を動画内で扱う可否	本人の同意があれば可能です。
	「就農までの過程」とありますが、具体的に収納までの過程はどのようなことがあるか。また、その過程の中で最も重視したい内容を教えてください。	就農までの過程は、主に就農相談→農業体験・研修→意思決定、就農準備→就農条件整備→就農という流れになります。 最も重視したい内容は、農業体験・研修の参加へとつなげることです。
広告用短尺動画(15秒程度)の追加制作可否	可能です。	
4. 情報発信業務(仕様書5(2))	YouTube等のプラットフォームに動画が公開されている状態を3か月以上維持するだけで、情報発信の要件を満たすことになるか。	なりません。受託者側の能動的なプロモーション活動が必要です。
	情報発信にあたり、YouTube広告やInstagram広告を配信する場合、新潟県がアップロードしたものを広告素材として(受託者の広告アカウントと連携して)配信することは可能でしょうか。	可能です。
	受託者の持つ自社メディアでの発信を複数月にわたり定期的に行うことも、この「情報発信」の対象に含まれるか。	含まれます。
	投稿作業は県側か受託者側か。	県SNSへの投稿作業は県が行います。
	有料広告(SNS広告、動画広告等)配信の活用は可能か。活用する場合、広告費は委託費に含まれるか。	有料広告配信の活用は可能です。広告費は委託料に含まれます。
	「3か月以上情報発信」の定義	1本目の動画公開(8月)～契約終了日までを想定しています。
	就農相談会や就農イベント等、県が実施する関連事業との連動を想定している場合は、その考え方に教えてください。	当業務で作成した動画は、就農相談等のイベントで放映する予定です。また、当県作成の就農パンフレットに掲載する予定です。(参考：R7年度版パンフレット https://www.pref.niigata.lg.jp/uploaded/attachment/464562.pdf)
	使用可能な公式アカウント情報及びそれぞれのフォロワー数を教えてください。	▼新潟県公式YouTubeチャンネル(フォロワー数1万人) https://www.youtube.com/channel/UCteaSVEDeoBHK10w1Qa7DZQ ▼経営普及課Instagram「あなたも新潟県で農業をはじめませんか」(フォロワー数220人) https://www.instagram.com/niigata_shuno/
	情報発信にあたり、県が運営する「にいがた農業ナビ」、県SNS以外の媒体活用も想定されていますでしょうか。	県SNS以外の媒体を活用する内容での提案も可能です。
	広告遷移先URLの指定	当県が運営する「にいがた農業ナビ」を想定しています。 https://www.pref.niigata.lg.jp/site/nogyo-navi/
縦型動画制作を業務範囲に含まれるか。	縦型動画で情報発信する場合は業務範囲となります。	
5. KPI設定(仕様書6)	KPIの定義について	県で設定した成果指標ごとに貴社が考える項目を設定してください。
	最も重視する成果指標	視聴回数です。
	複数媒体で実施した場合の集計方法について県の考え	それぞれの媒体での情報発信毎に分析すること想定しています。
	KPIは、受託者が実施する情報発信施策による実績のみを対象とする想定でしょうか。それとも、「にいがた農業ナビ」や県公式YouTube等へ掲載された実績も含めて集計する想定でしょうか。	原則として受託者が実施する情報発信施策による実績を対象としますが、動画の視聴完了数等、成果指標が外部プラットフォーム(県公式YouTube等)で計測されるものについては、当該プラットフォーム上の実績も含めてKPIとして集計する想定です。
	計測期間の起算方法	動画の公開日から起算となります。
	最低限の目標値の目安があればご教示ください。	最低限の目標値はありません。
6. スケジュール関連(仕様書5(3)、募集要項3)	1本目の撮影時期の想定	7月下旬～8月上旬を想定しています。
	R6年度の撮影スケジュール	R6年度の撮影スケジュールは以下のとおりです。 【1本目】7～8月撮影、9月動画公開 【2本目】8～9月撮影、12月動画公開 【3本目】9月撮影、1月動画公開
	「編集スケジュールとして8月19日までに完成したものから順次提出」とありますが、8月19日の提出は1本目の最終納品でしょうか。撮影スケジュールによっては一次納品とするなどご調整は可能でしょうか。2本目、3本目の納品期限はありますか。	8月19日の提出は1本目の最終納品となります。2本目は9月、3本目は10月納品を想定しています。
	業務完了時に提出する「KPIの達成状況を含む情報発信に係る実施内容が分かるもの」について、数値実績の報告に加え、分析・考察・改善提案等も求められる想定か、ご教示ください。	分析・考察・改善提案等も含めていただく想定です。
	審査会でサンプル動画を上映することは可能か。	可能です。
	審査会のオンライン参加の可否	少なくとも1名の対面参加を必須とし、一部の方のオンラインは可能です。(ただし、パソコンの接続等は参加者で用意願います。)
	7. 提出・体制・経費(仕様書7～9)	動画納品形式(サイズ・フレームレート)
受託者は情報発信のための投稿文案・サムネイル等を作成する想定でよろしいでしょうか。		県公式SNSへの投稿については、投稿文案は県で作成します。その他配信にかかる素材(サムネイル等)は受託者で作成となります。
再委託・外部協力会社との連携可否。連携する場合、企画提案書に記載してよいか。		再委託は不可ですが、外部協力会社との連携は可能です。また、外部協力会社と連携する場合、その旨企画提案書に記載可能です。
協力農業者への謝金は本業務の経費に含まれるか。		含みません。
県から取材対象者への事前連絡や協力依頼、日程調整等の支援はあるか。		あります。
企画提案書の副本について提案者名等の記載を除外する必要がある場合はご教示ください。		提案書の正本と副本の内容は同様のものとしてください。
企画提案書をパワーポイントで作成してよいか。		可能です。
新潟県外に所在する事業者については、県税納税証明書に代わる同様の書類の提出は必要か。		県外の業者は納税証明書不要です。
契約後に配信媒体、配信期間、広告費の配分を協議する場合は、提案見積りに計上した広告配信実費及び広告運用管理費を上限とし、追加費用が発生しない範囲で決定する認識でよろしいでしょうか。	ご認識のとおりです。(契約後に追加費用が発生することは不可)	
8. ターゲット設定	ターゲットは40代までの若者とされていますが、主に重視する層はどの層でしょうか。提案上、優先ターゲットを設定しても差し支えないでしょうか。	重視する層は就職・転職希望者です。 提案上、優先ターゲットを設定することは可能です。

※一部内容が重複している質問事項については、まとめて回答しています。