

## 岡山県立大学 PR 動画制作業務に関する質問及び回答

標記の質問について、以下のとおり回答します。なお、類似の質問内容は1つの項目にまとめて回答しています。

質問	回答
業務内容、契約について	
Q1 ドローンを使用する空撮は可能か。	A1 機体重量により適用される各種法律等を遵守した上で、可能です。
Q2 企画内容によっては、学生や教授、職員などに出演・取材協力をしてもらえるか。 また学生はどのぐらいの人数が出演可能か。	A2 可能です。人数も可能な限り提案いただいたとおりに出演できるよう調整します。ただし、新型コロナウイルス感染症の状況次第では、希望に沿えない可能性があります。
Q3 PR 業務（SNS 拡散、Web 広告）は制作した動画を用いたもの以外も、予算範囲内で実施しても構わないか。（制作した動画のみの拡散で良いのか）。	A3 可能です。
Q4 PR 業務は動画制作終了からスタートさせる認識で良いか。	A4 基本的にはそのように考えており、PR の実施自体は令和5年度からを想定していますが、本業務に含んでいる PR 施策の立案等は動画制作と同時進行でも構いません。
Q5 「開学 30 周年記念に関する装飾」とは、具体的にどのようなものを指すか。 例えば、映像冒頭・最後に出すような貴学ロゴなどの素材という認識で間違いないか。それとも、本編映像中に枠のような形で装飾を入れるという想定か。	A5 現在作成中の開学 30 周年記念ロゴマークを入れる予定ですが、30 周年であることを紹介するフレーズ等、PR のためのより良いアイデアがあればご提案ください。
Q6 撮影日数や取材日数の希望はあるか。 イベントなどにより、絶対に必要な日数はあるか。	A6 本学からは特にありません。ご提案のスケジュールにより、本学で撮影ができない日を避けて調整させていただきます。
Q7 大学案内パンフレットの「ここで培う これからを生きる力」や、WEB サイトの「未来を見つめる大学であるために」のキャッチコピーは動画には用いなくてよいか。	A7 用いる必要はありません。

質問	回答
<p>Q8</p> <p>制作物 8 種類は</p> <p>① 動画サイト配信用 約 3 分 1920×1080pixel</p> <p>② 動画サイト配信用 約 3 分 1280×720pixel</p> <p>③ 広告用動画 約 1 分 1920×1080pixel</p> <p>④ 広告用動画 約 1 分 1280×720pixel</p> <p>⑤ 動画サイト配信用 約 3 分 1920×1080pixel 30 周年記念装飾あり</p> <p>⑥ 動画サイト配信用 約 3 分 1280×720pixel 30 周年記念装飾あり</p> <p>⑦ 広告用動画 約 1 分 1920× 1080 pixel 30 周年記念装飾あり</p> <p>⑧ 広告用動画 約 1 分 1280×720pixel 30 周年記念装飾あり</p> <p>で間違いはないか。</p> <p>また、これを超える提案は可能か。(種類を増やす、6 秒や 15 秒、30 秒など 1 分に満たないものなど。尺数、制作本数の制限はないか。)</p> <p>想定されている広告用の媒体などはあるか。</p>	<p>A8</p> <p>間違いありません。</p> <p>予算の範囲内で可能であれば、これら 8 種類以外の種類、尺、本数等をご提案いただいて構いません。</p> <p>広告もご提案によりますが、YouTube での動画広告は候補のひとつとして想定しています。</p>
<p>Q9</p> <p>制作物としては約 3 分尺をメインに制作をし、約 1 分尺は 3 分尺のダイジェスト版として制作する認識で間違いはないか。</p>	<p>A9</p> <p>そのように想定していますが、3 分と 1 分で多少素材や内容を変えても問題ありません。</p>
<p>Q10</p> <p>納品形態は、HDDではなく、USBやDVDに格納しての納品は可能か。</p>	<p>A10</p> <p>可能です。</p>
<p>Q11</p> <p>動画納品は、令和5年3月31までに納品という理解でよいか。</p>	<p>A11</p> <p>そのとおりです。</p>
<p>Q12</p> <p>現状使用中の PR 動画と同時利用をする想定か。</p>	<p>A12</p> <p>現在は説明的な動画を多くアップしており、PR に特化した動画がないため、本業務で新しく制作するものであり、PR において同時利用は考えていません。</p>
<p>Q13</p> <p>本業務の契約は映像制作費+PR 企画費であり、PR の実行(メディア掲載費等)は別途契約という認識で間違いはないか。</p> <p>動画制作以外での PR 企画 (PR 予算、広告予算それぞれ) の予算は。</p> <p>また広告宣伝費と PR 費は同一の予算内で施策を立案した方がよいか。</p>	<p>A13</p> <p>ご認識のとおり、PR 自体にかかる費用は別途契約します。</p> <p>予算は現時点で示すことはできませんが、令和 3 年度は新聞・情報誌への掲載で 150 万円程度の実績です。令和 5 年度以降は提案内容により予算の確保を検討します。</p> <p>提案の時点で、特に本業務以外の広告宣伝費・PR 費等について細かく予算を分ける必要はありません。</p>

質問	回答
<p>Q14 今回提案するPR、広告に関して期間はいつからいつまでか。</p> <p>メディアを使ったPRは、令和5年度からで、令和4年度は実施しないといった理解でよいか。仮にメディアからの要望があれば、制作した動画を令和4年度中に放映することも可能か。</p>	<p>A14 開学30周年のタイミングでPRすることで、メディアに取り上げられやすくするため、令和5年度(開学記念日は5月29日)に開始したいと考えています。</p>
<p>Q15 広告・PRに関して、今期の予算の¥6,000,000(消費税等含)には2023年3月までの実施予算は含まれるか。(2023年3月までに広告・PR施策を実施する想定か。)</p>	<p>A15 上記のとおり、令和5年度の開始を想定し、別途契約することを想定しています。そのための企画立案等は本業務の¥6,000,000に含まれます。</p>
<p>Q16 SNSアカウントの管理権限などを受託後に付与していただくことは可能か。</p>	<p>A16 可能です。</p>
<p>動画及びPRの内容について</p>	
<p>Q17 企画提案書作成要領のトーン&amp;マナーの項にある「ドキドキ」とはどのような意図で選ばれた文言か、もう少し具体的にイメージはあるか。 (受験生や新入生の目線に立った際の貴学での新たな学びや生活に関するドキドキか。他にもドキドキという表現に当てはまる部分があるか。)</p>	<p>A17 ドキドキは学びや大学生活や研究などを想定しています。大学の魅力を伝えるのに適していると判断し選択しています。どうイメージさせるかは表現につながるところなので考案ください。</p>
<p>Q18 ノビノビ、イキイキ、ドキドキを決めた背景の意図は何か。</p>	<p>A18 大学の魅力を伝えるのに適していると判断しました。</p>
<p>Q19 PR動画で伝えたい貴学のイメージとそれに対し発信できるコンテンツ、アピールポイント、伝えたいメッセージはあるか。 ※楽しいイメージ、まじめなイメージ、しっかりと学べるイメージ、周辺エリアのイメージ等。 ※受験生に選んで欲しい、こんな学びができる、充実した学生生活を送れる等。</p>	<p>A19 クリエイティブブリーフの内容でご検討ください。</p>
<p>Q20 開学30周年を機に新たに打ち出していきたいことは。</p>	<p>A20 「好きなことに没頭できる大学」です。</p>
<p>Q21 訴求点「好きなことに没頭できる大学」とは具体的にどの特長を訴求するものか。(学業に専念できる環境という意味なのか、専門分野を深く学べるという意味なのか。)</p>	<p>A21 本学は3学部とも専門実務系の学部から構成されているため、入学希望者の将来設計に対応したカリキュラム配置となっています。そのため「目標=好きなこと」を軸として教育研究を進められるのが特徴です。また学生生活においても部活</p>

質問	回答
<p>また、学生が好きなことに没頭できるために行っている取り組み等はあるか。</p>	<p>動、サークル、ボランティア、地域連携等の活動を能動的に活動しています。大学としてはそのような学生を支援できる体制を作っております。</p>
<p>Q22 課題としている大学の魅力の訴求に関して、魅力(授業、学生生活、整った設備、日々の雰囲気)がWEB サイト以外で学ぶことのできる参考資料や情報等はあるか。</p>	<p>A22 本学ウェブサイトからリンクを張っているSNSを見ていただくと雰囲気はご理解いただけると思います。</p>
<p>Q23 「吉備の杜」に関して、学外の連携もある為、どのあたりまで動画内で紹介してよいか。提案の際は学外との連携への考慮は必要ないか。</p>	<p>A23 PR 動画の時間が短いため、具体的な取り組みを詳細に紹介するのは難しいと考えています。そのため、学外との連携の考慮までは必要ありません。</p>
<p>Q24 現在の学部構成は専門的な分野、且つ、それぞれの学部が離れた分野で構成されているが、現在の学部構成になっている背景は。</p>	<p>A24 本学は前身である岡山県立短期大学(栄養科、体育科、食物科、看護科、保育科)の教育研究実績を引き継ぎつつ、地域の課題や社会のニーズに的確に応えるための、実学を重視した学部構成として平成5年の開学時に現在の3学部を設置しました。</p>
<p>Q25 動画の路線として、リアル路線の真面目な内容に特化した方がよいか、それとも多少の誇張表現やドラマ的なフィクションも含めてよいか。</p>	<p>A25 本学をPRするのに適している表現を考案ください。</p>
<p>Q26 岡山出身タレントの出演など、タレント的な要素が含まれていた方がよいか。</p>	<p>A26 本学のPRにつながるかでご判断ください。</p>
<p>Q27 1分という限られた秒数の動画で何を一番目的とした動画としたいのか。貴大学の名前を全国に認知してもらうためにインパクトを重視したいか、それとも情報量を重視した内容としたいか。</p>	<p>A27 本学のPR動画として諸条件を踏まえ最適な企画をご提案ください。</p>
<p>Q28 中四国地方以外での認知度の向上を本業務の目的の一つとされているが、近隣の近畿・九州をはじめとした他の地方の大学と比べても際立つ特徴的な学びや取り組みなどはあるか。</p>	<p>A28 大学案内やHP、SNSを参考にご判断ください。</p>
<p>Q29 他大学等の動画で、良いと感じられたものがあるか。また、広報活動の理想としている他大学等はあるか。</p>	<p>A29 ベンチマークとなる動画はありません。</p>

質問	回答
<p>Q30 全国エリアのテレビニュースや主要 WEB サイトでの取り上げとは、具体的にどのような事か。 (2023 年の「開学 30 周年」を取り上げられる施策なのか、今回の PR 動画を取り上げられる施策なのか。)</p>	<p>A30 PR 動画自体の取り上げを想定ください。</p>
<p>Q31 「PR 施策」とは、何を PR する施策か。(作成する PR 動画の視聴増加の PR 施策なのか、2023 年の開学 30 周年の PR 施策なのか。) 「メディアへの働きかけ」のメディアとは何を指すか。</p>	<p>A31 PR 動画の注目度を上げる施策とお考えください。メディアとはマスを含めた情報発信媒体と捉えています。</p>
<p>Q32 効果目標 (全国エリアのテレビニュースや主要 WEB サイトでの取り上げ)をどれくらい重視しているか。</p>	<p>A32 今回の PR 動画の目標としています。</p>
<p>エリア、ターゲットについて</p>	
<p>Q33 企画提案書作成要領に「今までリーチできなかったエリアとターゲットに対して PR する」と記載があるが、現時点で既にリーチできているエリアとターゲット像はどうか。 できていないエリアはどの地域を意識しているか具体的なイメージがあるか。</p>	<p>A33 現時点でのリーチできているエリアとターゲット像は中四国の高校生と保護者と想定しています。 できていないエリアについては関西、九州等の隣接エリアを中心とした全国を想定しています。</p>
<p>Q34 今獲得している学生の出身地の割合は。 また、獲得したい都道府県はあるか。</p>	<p>A34 年度によって差はありますが、平均すると岡山県内・県外が半数ずつ、県外では中四国及び近畿出身の学生が多い傾向です。</p>
<p>Q35 今後どのような学生を求めて本件動画を制作するのか。</p>	<p>A35 「好きなことに没頭する」学生です。</p>
<p>Q36 全国のメディアに取り上げられることは、具体的にどのあたりまでのエリア拡大を目指しているか。</p>	<p>A36 関西、九州等の隣接エリアを中心とした全国を想定しています。</p>
<p>Q37 仕様書の動画使用方法に「本学で開催するイベントでの上映」とあるが、PR 動画のターゲットでもある高校生対象のイベントと捉えてよいか。</p>	<p>A37 大学における様々なイベントで活用することを想定ください。高校生対象のイベントだけでなく、開学 30 周年記念式典や教員の研究発表会等にも使用する予定です。</p>
<p>提案書の作成、審査、プレゼンテーションについて</p>	
<p>Q38 企画書制作の際に貴学のシンボルマーク・ロゴタイプ・開学 30 周年記念に関する装飾等の使用は可能か。</p>	<p>A38 シンボルマーク・ロゴタイプは可能です。本件回答の公開ページに素材データファイルを掲載します。</p>

質問	回答
	30周年記念ロゴは完成していないため、企画提案書で必要な場合は、ダミー画像等を使用してください。
Q39 企画提案書の自由様式について、オンラインでのプレゼンテーションも想定し、横置きにてご提出しても問題ないか。それとも、様式4 企画提案書にそろえて縦置きにした方がよいか。	A39 プレゼンテーション等のご都合に合わせて選んでいただいても構いません。
Q40 参加社数、参加社名を公開可能か。	A40 参加申込数は21社です。 参加者名は非公表としますが、審査後に契約候補者名を公表します。
Q41 プレゼンテーションへの参加可能人数は最大何人までか。	A41 特に制限は設けない予定ですが、審査会の詳細は調整中ですので、別途お知らせします。
Q42 審査員の人数、年齢層、男女比、役職(※理事長、教授、事務局等。)を公開可能か。	A42 公開する予定はありません。
Q43 企画提案書作成要領の審査基準における「PR設計」とはどのような意味を指しているか。	A43 目標に向かってPRをどのように設計しているかを指します。
Q44 企画提案書作成要領の審査基準について、重要度を示す評価や配点の基準はあるか。それを含めて審査において何を重要視されるか。 また、それらの情報は事前に公開してもらえるか。	A44 審査基準に則って総合的に判断します。したがって、要領に記載した内容以外には事前に公開する情報はありません。

**【担当】**

岡山県立大学 事務局

地域連携・研究推進課

企画広報班 鈴村 勇希

TEL：0866-94-9172

FAX：0866-94-9105

Email：yuuki\_suzumura@ad.oka-pu.ac.jp