

令和 7（2025）年度とちぎ結婚・子育て気運醸成動画広告配信業務委託
公募型プロポーザルに係る質問内容と回答

No.	仕様書等の項番	質問内容	回 答
1	仕様書 5(1)ウ 配信期間	配信期間について、広告配信開始日の後ろ倒しは可能か。	広告配信開始日の後ろ倒しは基本的に考えておりませんが、必要に応じて検討いたします。
2	仕様書 5(1)エ 広告媒体等	「1 動画当たり 360 万回/9 か月の広告表示を想定」とあるが、こちらは広告表示数＝インプレッション数で間違いないか。 仕様書の別記載で「視聴回数」とあったため、どちらが K P I か明確にしたい。	そのような認識で間違いありません。本事業における YouTube 動画広告は「ノンスキップブル広告」を想定していることから、広告表示回数＝視聴回数と考えております。
3	仕様書 5(1)エ 広告媒体等	「1 動画当たり 360 万回視聴」とあるが、YouTube 動画広告（15 秒ノンスキップブル広告）では動画視聴は YouTube 画面上の視聴回数にカウントされないため、管理画面のみの計測になるが問題ないか。	管理画面のみの計測で問題ありません。
4	仕様書 5(1)エ 広告媒体等	本案件における P R 方法は、「動画」を利用した広報手段に限定されるのか。バナー広告や検索広告を提案することも可能なのか。	メインで想定しているのは動画を活用した広告配信ですが、栃木県子育て支援ポータルサイト「とこぼ」へのアクセス誘導が期待できる広告手法として、費用対効果を踏まえつつ、動画活用広告以外の手法を提案することも可能です。
5	仕様書 5(1)エ 広告媒体等	広告媒体等の「③独自提案」において、実施時に県から動画素材の支給は可能か。また、例えば縦型動画への再編集などが受託者側で可能か。	動画素材は県から支給いたします。縦型動画への再編集（単なる動画レイアウトの変更）は可能です。
6	仕様書 5(1)エ 広告媒体等	仕様書 P 1 の「4 ターゲット」にメインターゲットの記載があるが、広告媒体等における広告配信対象も P 1 に記載のターゲットに限るか。	本事業そのものが P 1 に記載のターゲットを想定して実施するものであるため、広告配信対象者もそのターゲット層に限定して実施することを想定しております。
7	仕様書 5(1)エ 広告媒体等	広告媒体等の「①YouTube 動画広告」に記載の配信対象 40 万人の根拠はなにか。	「ターゲットとして想定する対象年齢層の栃木県内男女人口数」と「一般的な YouTube 視聴想定割合」から算出しております。

No.	仕様書等の項番	質問内容	回 答
8	仕様書 5(1)エ 広告媒体等	広告配信を行う際、既存の栃木県が管理するSNSアカウントとの連携（それらを活用した広告配信）は可能か。 また、可能な場合は、広告配信用連携アカウントの一覧を示してほしい。	インスタグラムについては、県公式及び本事業関係課が管理する既存アカウントはないため、提案を踏まえ、必要に応じ、本事業専用の広告配信用アカウントを期間限定で設けていただくことになる見込みです。 その他、県公式のSNSアカウントとしては、LINE・Xがありますが、それらを活用した広告配信については県と別途協議となります。
9	仕様書 5(1)エ 広告媒体等	広告媒体等で広告配信を行う際、5(1)イの配信動画①～③を均等に配信する想定か。	必ずしも均等な配信とすることを希望しているものではありません。一つの広告キャンペーンで広告を運用する場合、配信の偏りが発生するのは不可避となりますので、均等な割合での配信である必要はありません。ただし、著しい偏りが発生した場合などは、そのタイミングで県と協議し対応を決定していただくことを想定しております。
10	仕様書 5(2) 結果分析及び 効果検証	動画広告の配信前後で県の施策や「とこぼ」の認知度、県全体としての気運醸成等にどのような変化が見られたかの分析・考察・報告について、Google アナリティクス、Google サーチコンソールの権限を県から付与されての分析で間違いはないか。	分析等に必要となる Google アナリティクス、Google サーチコンソールの権限については、県から付与いたします。
11	仕様書 5(2) 結果分析及び 効果検証	ブランドリフト調査を実施するには1日の配信予算が18万円から20万円ほど必要となるが、調査は必須になるか。それとも広告期間を守った方がよいか。	ブランドリフト調査の実施については、県と協議の上で決定することを想定しております。