

回 答 書

案件名	令和 7 年度山梨県ポッドキャスト制作・配信業務委託
質問 1	仕様書（２）アの「radiko、Spotify、ApplePodcasts、AmazonMusic の各ユーザーに向けた音声広告、YouTube ユーザーに向けた動画広告を制作し配信すること（１人当たり合計５回以上／３カ月を目標とし、広告は期間中同一のものを配信する。各媒体への配分については県と協議する。なお、他の広告媒体も加えて配信することも可能とする）。」について。 上記媒体の中で、YouTube は利用率が最も高く、総務省の調査（令和 5 年度情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査報告書）によると、10 代から 40 代で 90％を超過となっています。YouTube ユーザーの山梨県民にも 3 カ月間で 5 回以上広告掲載を目標という意味でしょうか。広告費用が高額になると予想されます。
回答 1	仕様書に記載された「１人当たり合計５回以上／３カ月」という目標は、YouTube ユーザーを含む各媒体のユーザーに対して合計値として適用されるものです。つまり、各ユーザーが 3 カ月間で複数の媒体を通じて合計 5 回以上広告に接触することを目指すものです。 なお、媒体ごとの広告配分については「県と協議する」とされており、YouTube に重点を置くかどうか、また広告費の調整についても、県との協議を通じて柔軟に対応していただくことを想定しています。
質問 2	同じく仕様書（２）アの「県 HP への目標クリック率は、音声広告を 0. 3％、動画広告を 0. 1％とする。」について。 音声広告は基本的に耳で聞くものであり、画面を見ているユーザーは数少ないと思われます。つまり、クリックは期待できないのですが、0. 3％の目標をどのように解釈すればよいでしょうか。
回答 2	仕様書に記載された「クリック率 0. 3％」という目標値は、音声広告によって一定数のユーザーが興味を持ち、能動的に県 HP を訪れることを期待した数値となります。この目標値を参考指標として捉え、音声広告の設計においては、聴取者の行動喚起につながるような工夫をお願いします。

質問 3	同じく仕様書（２）アの「県 HP への目標クリック率は、音声広告を 0.3 %、動画広告を 0.1 %とする。」について。 費用計算する際に、クリック率は適切な目標ではないように思われます。例えば広告費 1 万円でも広告内容が魅力的であればクリック率は高くなりますし、広告費 100 万円を使用しても広告内容が魅力的でなければ、クリック率は低くなります。広告費算出の目標としては、「1 人当たり合計 5 回以上／3 カ月」「番組再生回数は合計 600 回（各エピソード平均 100 回）」の 2 点で考えればよろしいでしょうか。
回答 3	仕様書に記載された「1 人当たり合計 5 回以上／3 カ月」や「番組再生回数は合計 600 回（各エピソード平均 100 回）」といった数値目標は、本業務を行う上での参考指標として設定したものです。 同様に、クリック率についても、広告の成果を測る参考指標として位置づけており、他の定量的な目標と併せて総合的に評価します。

質問 4	同じく仕様書（２）アにある「音声広告」「動画広告」について。 「音声広告」「動画広告」は受託者が制作するのでしょうか？その際には「動画広告」の撮影も受託者となりますか？また、この動画も著作権は山梨県に帰属するのでしょうか。
回答 4	仕様書に記載された「音声広告」「動画広告」は、いずれも受託者が制作・配信を行う業務に含まれ、動画広告については撮影・編集も受託者の範囲となります。著作権については、委託業務で制作された成果物は山梨県に帰属します。