

令和8年度 専門学校山梨県立農林大学校森林学科 SNS 等広告業務委託に関する質問と回答

「令和8年度 専門学校山梨県立農林大学校森林学科 SNS 等広告業務委託に係る入札説明書」の17の(3)に基づき、質問票により質問があった事項に次のとおり回答します。

番号	質問	回答
1	目標表示回数(KPI)の再確認について 別表1に示されている各媒体の目標表示回数(リスティング 2,000 回、ディスプレイ 3,750 回、Instagram 6,000 回、Facebook 6,000 回、TikTok 7,500 回、YouTube 3,750 回)は、一般的に短期間(数日程度)で到達可能な数値となっています。 本業務の期間(9月中旬～1月の約5か月間)を踏まえ、本数値は「月あたりの目標」でしょうか、あるいは「期間全体の最低保証数値」でしょうか。また、表示回数(インプレッション)以外に、クリック数や遷移数など想定されている指標や KPI があればご教示ください。	仕様書及び別表1の「目標表示回数」は、正しくは「目標クリック回数」であり、広告期間(9月中旬～1月)中の回数となります。
2	広告制作素材(既存動画・写真)の提供について 広告素材(バナー・動画)の制作にあたり、貴庁が所有する既存動画(Fore+Story #4「森林学科って、どんなところ?」、#5「密着、森の仕事とは」等の編集可能元データ)や、パンフレット等で使用されている写真データの提供・二次利用は可能でしょうか。	広告素材(既存動画・写真)のうち、本校が権利を有するものについては提供可能です。利用を希望する場合は都度協議するようにしてください。なお、具体例として挙げられている動画については提供不可です。
3	バナー制作における「5種類」の定義について 仕様書第4の1(2)および2(1)アに記載されている「広告用バナー画像作成 5種類」について、これは「デザイン案(クリエイティブパターン)が5種類」という意味でしょうか。それとも「各媒体や入稿枠に応じたサイズリサイズも含めて合計5ファイル」という意味でしょうか。	バナーについては、5種類のデザイン案(クリエイティブパターン)を作成していただくことを想定しています。
4	広告のリンク先(遷移先 LP)について 各広告(SNS、ディスプレイ、リスティング)からの遷移先(リンク先 URL)は、山梨県立農林大学校のどのページ(トップページ、森林学科の紹介ページ、特設 LP 等)を想定されていますか。	森林学科の紹介ページを想定していますが、詳細は契約後発注者から指示します。

5	インフルエンサーの選定について 仕様書第4の3(2)にある条件(山梨県内在住・フォロワー数1.0万人以上)を満たすインフルエンサーについて、発注者側で既に候補者や打診済みのインフルエンサーはいらっしゃいますでしょうか。いらっしゃれば教えて頂けますでしょうか。	インフルエンサーについて、打診済みの方はおきませんので、仕様書の条件を満たす方を選定するようにしてください。
6	ターゲット(既存学生の属性比率)について 広告のターゲット設定・配信最適化のため、「高校新卒者」と「社会人・他校卒業者(既卒者)」の入学率比率(おおよその割合)をご教示いただけますでしょうか。	森林学科の直近3年の入学率は、全て高校新卒者です。
7	動画広告は何秒くらいを想定しておりますか。	動画広告は、30秒から60秒程度を想定しています。
8	Instagram、Facebook、TikTok 広告の表示回数の割合が多い理由を教えてください。	森林学科の入学学生となる高校新卒者をターゲットとしているため、そうした世代の閲覧が期待できる媒体の割合を多めに設定しています。