

岐阜県アウトドアツーリズムPR動画等撮影・制作業務に関する質問及び回答

(令和8年7月9日現在)

No.	質問項目	質問内容	回答
1	仕様書 第4 業務内容 (2)PR動画の作成 ウ 撮影(エ)	「映像は新規撮影を原則とし、県からの提供はないものとする。ただし、県と協議の上、受託者が所有または適法に権利処理された既存素材の一部使用を可とする」とあります。 天候の不順や季節・時期の制約(特定の行催事のタイミングなど)により、委託期間内の新規撮影がどうしても困難なスポットやイベントが生じた場合、県や市町村、観光連盟等が過去に撮影・保有している公式映像・写真素材の貸与を受け、一部活用することを個別に相談することは可能でしょうか。 それとも、使用できる既存素材は「受託者が自社で保有・権利処理しているもの」のみに完全に限定されますでしょうか。	仕様書に記載のとおり県からの提供はないものとします。なお、その他の映像等に関しては、適法に権利処理された既存素材の一部使用は、県との協議のうえ可否を決定します。
2	仕様書 第4 業務内容 (2)PR動画の作成 オ 映像レビュー(試写・校正)(ア)	プレビュー(試写・校正)は「4回程度実施」とありますが、これは全テーマ(7本以上)の動画をすべて同時に提出してチェックを受ける形でしょうか。 冬季の撮影(雪・スキー等)は12月～2月頃になるため、例えば「春・夏・秋の動画」を先行して撮影・編集し、終わったものから順次1回目、2回目…と個別にプレビューを進めていくことは可能でしょうか。	ひとつの動画につき、4回程度を想定しています。必ずしも全テーマの動画を同時に提出する必要はありません。よって、順次、個別にプレビューを進めていくことは可能です。
3	仕様書 第4 業務内容 (3)PR画像素材(写真)の撮影 ア 撮影(ア)	「効果的に岐阜県のアウトドアの魅力を伝えられる15箇所以上の撮影スポット等を独自に提案すること」とありますが、5圏域を均等(各圏域3箇所程度など)に散らす必要がありますか。 あるいはテーマの親和性に応じて特定の圏域にスポットが偏ることは許容されますでしょうか。	(3)イ(ア)のとおりです。
4	仕様書 第4 業務内容 (3)PR画像素材(写真)の撮影 ア 撮影(ア)	「15箇所以上の撮影スポット等を独自に提案すること。提案する撮影スポット数と実際に撮影を行う予定の撮影スポットの数が異なる場合は、提案書及び積算書に明示すること」とあります。 例えば、「企画提案書では候補として多め(例:20箇所)のスポットを提案し、予算や撮影効率を勘案して、実際の撮影は仕様書の最低基準である15箇所に絞って実施する」というような、提案数と実際の撮影数が異なる形での提案・積算は可能でしょうか。 それとも、企画提案書に記載した撮影スポットは、原則としてすべて実際に撮影を行うことが前提となりますでしょうか。	仕様書に記載のとおり、実際の撮影スポット数を明示してください。また、企画提案書に記載した撮影スポットは、原則としてすべて実際に撮影を行うことが前提となります。

No.	質問項目	質問内容	回答
5	評価項目及び評価基準 (1)業務の実施計画に関する評価 2 PR動画の制作に関する提案	評価項目内容に「岐阜県の地域特性や魅力に精通し」と記載がありますが、この「精通」度合いについて、客観的に評価される具体的な基準(過去に岐阜県内を対象とした動画制作の実績が必要であるか、等)があればご教示ください。	仕様書に記載の目的及び活用予定を踏まえ、提案書に記載の内容で総合的に判断されるもののため、お答えしかねます。
6	仕様書 第4 業務内容 (2)PR動画の制作 イ(イ)規格等 および カ 納品	「ショート動画(各30秒程度)」および「ロング動画(3分以上)」の制作をご指定いただいております。また、「カ 納品」の項目にて「今後のSNSやYouTubeへの投稿、広告配信、旅行博や商談会等での活用を見据え、適切な規格を提案すること」との記載がございます。動画の活用先について、一般的にSNS等では「縦型動画」が適しており、旅行博や商談会等では「横型動画」が適していると考えられますが、本仕様書における「ショート動画」の定義およびアスペクト比についてご教示ください。 ここでの「ショート動画」とは、「ロング動画」に対する「短い時間(30秒程度)の動画」という意味合いであり、アスペクト比(縦型・横型)については提案に委ねられているという認識でよろしいでしょうか。それとも、SNS等での活用を主目的とした「縦型ショート動画」を想定されておりますでしょうか。	仕様書に記載の目的及び活用予定を踏まえ、提案を期待するものですので、ご認識のとおり提案を行っていただいております。
7	仕様書 第3 業務の目的 および 【別添1】 令和8年度自然アウトドア資源等を 活用した観光誘客キャンペーン全 体概要	「本業務は、令和8年度に県が実施する『自然アウトドアを活かした観光ブランディング及びキャンペーン運営業務』における『ブランディング業務』連携し実施するものとする」との記載がございます。また、別添1の全体概要図にて、秋(9～12月頃)にキャンペーンが予定されていることが確認できます。 本業務の対応範囲について確認させてください。 本業務は上記記載の通り「ブランディング業務」との連携を主とするものであり、9～12月頃に実施予定の「キャンペーンの運営や実施そのもの」には関与しない(本業務には含まれない)という認識で相違ないでしょうか。	お見込みのとおり。仕様書第4(1)クに記載のとおりです。
8	仕様書 第2 業務委託期間	審査結果の公表が7月下旬であり、計画承認等のプロセスを考慮すると、実際の本格的な撮影開始は早くとも9月以降になる見込みです。そのため、すでにシーズンが過ぎている本年度の「春・夏」の撮影は、契約終了期間内に撮影することが困難であると考えます。 仕様書では四季を通じた魅力の発信が求められておりますが、これら新規撮影ができない季節の素材(春・夏)については、受託者が保有する既存素材の活用や県からの素材提供での対応となるのか、あるいは事業期間の延長(翌年度への繰り越し等)を想定されているのか、現時点での県の方針をご教示ください。	仕様書に記載のとおり県からの提供はないものとし、事業期間の延長も想定しておりません。また、季節素材の収集につきましては、対応を含めてご提案ください。

No.	質問項目	質問内容	回答
9	仕様書1ページ 第3『業務の目的』 国内旅行者の認知度向上及び実際の来訪、体験につながる誘客を促進	外国人はターゲットから外すという認識でよろしいでしょうか。	仕様書第3のとおり国内旅行をメインターゲットとしておりますが、外国人をターゲットから外すという意図があるものではありません。
10	仕様書1ページ 第3『業務の目的』 自然アウトドアを活かした観光ブランディングと連携し実施する。	撮影場所、動画コンセプト、キャッチコピーなど、どこまでの連携を想定していच्छいますか。また、そのブランディング内容を知っている受託業者が有利になるようなことはないでしょうか。	仕様書第4(1)ア及び別添のとおりです。なお、評価に関しては、仕様書公募要領のとおり公正に実施します。
11	仕様書1ページ 第4『業務内容』 訴求ターゲットを明確にし	『自然アウトドアを活かした観光ブランディング』と訴求ターゲットを合わせる必要はないのでしょうか。あくまで動画は独自ターゲットを提案すればよいのでしょうか。そのターゲティングが既ブランディング及びキャンペーンの方向性と相違がある場合、そのことが原因で評価が下がるということにはならないでしょうか。	同上
12	仕様書1ページ 第4『業務内容』 (1)共通事項 別添1	9月末にツーリズムEXPOジャパンへの出展ほか、イベント、広告、キャンペーンなどが秋からスタートするように見受けられますが、そこまでに可能な範囲で動画や画像を納品する必要はあるでしょうか。それら納期についても提案の一部として評価の対象になりますでしょうか。	仕様書第4(1)クに記載のとおりです。評価の対象となりません。
13	仕様書3ページ 第4『業務内容』 (2)PR動画の制作 ウ撮影(イ)	撮影想定 of 施設・実施主体等への撮影の申し入れはプロポーザルの受託後に行うという認識でよろしいでしょうか。ご提案の段階では想定でも構わないでしょうか。	お見込みのとおり。ただし、実現することが不可能と思われる提案は認められません。
14	その他 カメラマンについて	資質として問題がない場合、ムービーカメラマンとスチールのカメラマンが同一人物でもよろしいでしょうか。	お見込みのとおり。ただし、各業務のクオリティが担保される必要がありますのでご注意ください。