

令和8年度岡山市の動画を中心とした広報業務委託企画競争に係る質問及び回答

岡山市市長公室広報広聴課

質問箇所		質問内容	回答
資料名	ページ		
公示	P2 4	今回の企画競争に参加させていただこうと準備しております。ただ、ヒアリング実施予定日 3月19日(木)が既に他業務対応となっております。代替りの者も都合が付きそうにありません。ヒアリング実施日を変更していただくことは可能でしょうか。	会場や審査会委員のスケジュールなどの都合上、ヒアリングの実施日を変更することはできません。
仕様書	P1 1.1	令和4年度から実施している「わかるかわる岡山市」の施策における具体的な成果、逆に課題があれば教えてください。	令和4～6年度末に実施した定量調査では、「わかるかわる岡山市」の認知度が30～40%程度で推移。また、動画を視聴した人の約60%程度が動画に対して「岡山市の取り組みをわかりやすく伝えている」と回答したことから、施策の認知と理解は進んでいると捉えています。一方、令和6年度末の調査では、動画視聴後に「わかるかわる岡山市を通して、岡山市の取り組みを自分事として受け止められた」と回答した人の割合が前年度比で減少傾向となるなど、愛着や誇りの醸成につながるような「共感」の獲得が課題であると考えています。

質問箇所		質問内容	回答
資料名	ページ		
仕様書	P1 1.1	4年間の動画制作と発信により、市の目指す大きな方向性や施策について、一定程度の認知を獲得できたと捉えている。と記載されております。この「一定程度の認知を獲得できた」と書かれている根拠、エビデンスを教えてください。	上の回答の繰り返しになりますが、令和4～6年度末に実施した定量調査では、「わかるかわる岡山市」の認知度が30～40%程度で推移。またアンケートでは、動画を視聴した人の約60%程度が動画に対して「岡山市の取り組みをわかりやすく伝えている」と回答し、施策の認知と理解は進んでいると捉えています。
仕様書	P1 1.2	市として特に伝えたい施策を踏まえたときに、中でも特に重点ターゲットとすべき層を教えてください。	YouTube はここ数年で幅広い層に見られるものになっていると認識しています。年間を通して幅広い世代や層に見ていただきながら、施策やテーマごとにターゲットを意識しながら動画を制作・発信することを考えています。
仕様書	P4 2.2.4	施策紹介動画制作において、岡山市から一部の素材支給を想定してもよいですか。また、要望(相談)は可能でしょうか。	岡山市が所有している素材は提供可能です。
仕様書	P5 2.2.6	今年度(2025年度)実施した媒体を教えてください。	YouTube、Instagram、テレビスポットCM、イオンシネマシネアド、TVer、岡山駅南地下道ワイドビジョン、ポスター制作です。