

平成30年度中京圏情報発信業務
企画提案コンペに関する質問に対する回答

Q1 「平成30年度中京圏情報発信業務に関する仕様書」において
3. 方針（2）放送回数
「レギュラー番組のコーナー企画を12回以上放送すること」
とあるが複数のレギュラー番組に渡って12回以上を放送してもよいか？
例）レギュラー番組Aで4回 レギュラー番組Bで4回
レギュラー番組Cで4回

A1 12回以上の放送回数を確保していただけるのであれば、複数のレギュラー番組でコーナー企画を放送していただいても、単独のレギュラー番組で放送していただいても、問題ありません。

Q2 Q1の項において、12回は連続でなければならないのか？
※毎日、毎週など。

A2 仕様書「3. 方針（5）放送時間帯」において、「放送テーマや対象を総合的に考慮したうえで、最大限の効果が得られるような放送時間帯を提案すること」としているとおり、毎日、毎週などで、12回連続で放送していただく必要はなく、取り上げる内容のターゲット（対象）に対して、三重県の魅力が最も効果的に伝わると期待できる放送時期や時間帯をご提案ください。

Q3 Q1の項において、既存の番組ではなく新番組として12回以上を放送してもよいのか？
※新番組もレギュラー番組として捉える。

A3 仕様書「3. 方針（2）放送回数」において、「コーナー企画とは、既存のレギュラー番組内で放送する特集企画のことを指す」としており、これはレギュラー番組内の一部で三重県の情報を放送していただくことを想定していますので、三重県の情報に限って放送する新番組は、コーナー企画には該当しません。
なお、番組改編などで新たに放送が開始されるレギュラー番組において、番組の一部で三重県の情報を放送していただくものは、コーナー企画に該当します。

Q4 新聞媒体社とのコラボ企画（テレビ＋新聞）の提案は問題ないか？

※主体は弊社、2次下請けとして新聞社。

A4 契約限度額内で行っていただく付加提案企画としてのご提案であれば問題ありません。

なお、付加提案企画の提案があったものについては、本県と協議・同意のうえ実施することとしています。

Q5 三重県産品の販売拡大というのは、B to Bへの拡大、B to Cへの拡大を意味しているのでしょうか。

A5 三重県産品の魅力を発信することで、販売拡大につながるものが期待できるものであれば、情報発信の対象を限定するものではありません。

Q6 三重県産品の販売拡大というのは直接的な購買に結び付くPRを求められているのでしょうか。それともブランド力の向上に結び付け、その後の大きな販売拡大を狙うものなのでしょうか。

A6 最終的に三重県産品の販売拡大につながるものが期待できるものであれば、直接的に三重県産品の購買を促す、あるいは、間接的にその後の販売拡大につなげることについて、その取り上げ方法は問いません。

Q7 三重県産品とは三重県で採れたもの、三重県で加工したものなど、どこまでのものが三重県産品に入るのでしょうか。

A7 企画提案コンペ時にご提案いただく三重県産品については、テレビ等での情報発信により、三重県の知名度の向上や、観光・物産の振興等につながるものが期待できるものをご提案ください。

なお、実際に取り上げる三重県産品や取材先については、本県と協議のうえ決定することとしています。