

回答書

(令和6年2月15日)

事業名	医師の働き方改革の普及啓発に係る新聞広告制作業務	
No.	質疑事項	回答
1	<p>①</p> <p>「提出書類 ・ 過去に制作した同種※の広報物（新聞広告等）2点程度 ※広く県民を対象とした意識啓発広告等、本業務と類似した広報物が望ましい。」</p> <p>上記の条件がございますが、今回のテーマに関しての企画・デザイン案は提出せず過去に実績のある「特定の」代理店のみを対象とし、実績は無いが意欲のある新規事業者は参入出来ない選出方法という事なのでしょうか？</p> <p>選定方法として過去の実績を加点する事は理解できますが、この方法では実績のない事業者には獲得の機会が無く公的機関としての公平性が保てないように思われますが如何でしょうか？</p> <p>今回のテーマに沿った企画案とデザイン案を提出させて頂きたいです。</p>	<p>①</p> <ul style="list-style-type: none">・過去に制作した同種の広報物の提出を求めている趣旨ですが、まず、公募時に実際の広告案を制作いただくとなると、提出物の準備に時間と労力がかかり、事業者がプロポーザルに参加するためのハードルが高くなることが挙げられます。今回、時期的な問題もあり、できるだけ多くの事業者の方にプロポーザルに応募していただけるよう、新たな制作物の提出を求めないこととしました。・また、単なる過去の成果物そのものの評価ではなく、依頼者の伝えたいメッセージをどのように解釈しそれをデザインとしてどのように表現したかといった、依頼者との調整を重ねて広報物を作成するプロセスの評価を目的としていることも、このような評価方法を採用している理由です。・「過去に制作した同種の広報物」ですが、必ずしも行政機関や公的機関の依頼によるものである必要はなく、また、新聞広告「等」としておりましたとおり、新聞広告以外の媒体をご提出いただいても問題ございません。今回の委託業務の遂行能力をア

	<p>②</p> <p>キャッチコピーが予め決まっていると言う事ですが、それはどこが考えたコピーなのでしょうか？</p> <p>決まっているのならば事前に公開出来ないのでしょうか？</p> <p>キャッチコピーは興味関心を引くために重要なものだと思いますが、そこを競うことがプロポーザル提案の一番のポイントではないのでしょうか？</p>	<p>ピール出来るものであれば、どのような媒体でも結構です。</p> <p>・デザイン制作を業とされている事業者の方であれば、何らかの過去の実績はお持ちと思います。もし、上記のような条件でもご提出可能な実績がない場合は、今回のプロポーザルのために新規で作成いただいたデザイン案をご提出いただくということでも差し支えありません。ただし、この場合は、現時点で仕様書以外の情報をお伝えすることはできませんので、当方が伝えたいメッセージやコンセプトなどは提案者において一定程度想定又は仮定したうえでのデザイン案作成となることをご承知おきください。また、先述のとおり、ただ単にデザインの良し悪しを評価するのではなく、依頼者との調整能力も含めたところで評価を行うことについては変わりありません。</p> <p>②</p> <p>・キャッチコピーの作成は、プロのコピーライターに依頼しており、現在、ライターとの打ち合わせを重ねながら検討しているところです。</p> <p>今回実施する新聞広告では、キャッチコピー作成とデザイン制作はそれぞれのプロフェッショナルに依頼することとしておりますので、本委託業務の中ではキャッチコピー作成は求めておりません。プロポーザルの評価の観点①でお答えしたとおりです。</p>
--	--	---