

霊山立山魅力発信動画コンテンツ制作業務に係る公募型プロポーザル_質問への回答

No.	質問	回答
1	<p>制作例にある「禅定道」について 制作内容は「富山県の玄関口から立山エリアまでの道のりについて」とあるので「禅定道」は山麓の旧登山道にあるものではない、という認識で間違いないでしょうか？ その場合、どこにあるものを指しているのか、公式な情報が見当たりませんでした。 「禅定道」の場所や名称など具体的な情報をいただけますでしょうか？</p>	<p>ここでいう「禅定道」は、岩嶺寺を起点とする参詣道も含みますが、主にかつての参拝者が富山に入ってから芦嶺寺へとたどった道のことを指します。それらの道をたどる動画制作自体は想定していません。例えば車移動の動画を制作する際に、かつての禅定登拝者がたどったであろう道筋の道標などをインサート画像で差し込むなど、古くから禅定登拝が行われていたイメージを加えるための要素とお考えください。 具体例としては、以下のHPなどが参考になるかと思います。 「立山道石造物マップ」立山町HP https://www.town.tateyama.toyama.jp/shikikarasagasu/kyoikuka/bunkataiikugakari/2/3/1036.html 「富山石文化研究所ブログ」 https://tscl-02.amebaownd.com/ 詳細は受託者と相談のうえ内容を決定しますが、制作動画の内容を深める一要素であり、必須ではないとお考えください。</p>
2	<p>動画のターゲットについて 『外国人を含む視聴者全般』と記載されておりますが、特に重点的に訴求したい対象（外国人・日本人の比重）がございましたらご教示ください。 また、想定されている年齢層や具体的な人物像（例：訪日観光客、国内観光客、登山者など）がございましたら、併せてご教示いただけますと幸いです。</p>	<p>「立山博物館を中核とした文化観光拠点計画」では以下のようなターゲットを設定しています。 ・国内観光客：50代以上の中高年齢層、特にアクティブシニアと呼ばれる層のうち、 ①文化・歴史に強い関心を持つ個人観光客 ②立山黒部アルペンルートを訪れる個人観光客 ・外国人観光客：①特別な文化体験等を目的とする欧米豪の外国人観光客 ②立山黒部アルペンルートを訪れる台湾、韓国、香港などのアジアの国・地域からの外国人観光客 これを踏まえ、効果的なPRにつながるターゲットの比重や想定される具体的な人物像も含めてご提案ください。</p>

No.	質問	回答
3	<p>3本の動画の役割について 本業務において制作する3本の動画につきまして、ターゲットや用途に応じてコンセプトを分けた企画提案は可能でしょうか。 (例：アクセス紹介、風景・体験訴求、歴史・文化紹介など) また、各動画において「富山県の玄関口から立山エリアまでの道のり」を必ず含める必要があるか、または一部の動画に限定して構成することも可能かについて、ご教示いただけますと幸いです。</p>	<p>ターゲットや用途に応じてコンセプトを分けた企画提案は可能です。また、「富山県の玄関口から立山エリアまでの道のり」は3本の動画全てに必ず含める必要はありませんので、一部の動画に限定して構成することも可能です。 いかに立山博物館及び立山エリアへの訪問を訴求するかが制作の趣旨になります。</p>
4	<p>縦型動画について 縦型動画(60秒・30秒)につきまして、それぞれの用途や役割の違いがございましたらご教示ください。また、掲載媒体はすべて公式YouTubeチャンネルのショート動画枠を想定されているのでしょうか。それ以外の媒体(SNS広告、他プラットフォーム等)での活用予定がございましたらご教示ください。</p>	<p>映像の尺では大きく用途を分けてはいません。掲載媒体は、お見込みのとおりです。加えてデジタルサイネージなどでの使用の可能性がります。</p>
5	<p>動画コンテンツ制作について 「外国人を含む視聴者全般に立山及び立山博物館の魅力を強く伝える」とありますが、動画にナレーション等を入れる場合、多言語対応は必要でしょうか。必要な場合、英語のみでよいか、あるいは他言語への対応も想定されていますでしょうか。</p>	<p>多言語化されていることが望ましいです。その場合、言語は英語とし、必要最小限の情報が伝わればよいと考えています。</p>
6	<p>動画コンテンツ制作について 縦型動画について、想定されている具体的な活用用途(SNS配信等)はございますでしょうか。</p>	<p>No. 4と同内容</p>
7	<p>動画コンテンツ制作について 制作する全動画(9本)において、「富山駅や富山ICなど、富山県の玄関口から立山エリアまでの道のりを解説する」シーンを必ず含める必要はありますか。</p>	<p>No. 3と同内容</p>

No.	質問	回答
8	<p>動画コンテンツの視聴を促すためのPRについて 視聴促進のためのPR施策について、想定されている手法はございますでしょうか。広告配信の実施も可能という認識でよろしいでしょうか。</p>	<p>特段、想定している手法はございません。広告配信の実施も含め、効果的な手法をご提案ください。</p>
9	<p>本事業におけるKPIについて 本事業において設定されているKPIや、具体的な数値目標がございましたらご教示ください。</p>	<p>本事業による新たな動画コンテンツや視聴を促すPRを含め、立山博物館を中核とする文化観光の取組みを進めることにより、立山博物館のYouTubeチャンネル (https://www.youtube.com/@tatehaku/) における動画コンテンツの総視聴回数を増加させる (R⑦約160万回⇒R⑧約320万回) こととしています。</p>
10	<p>5分程度の動画について、どこで上映されるご予定ですか。「たてはくチャンネル」以外で想定があれば、ご教示ください。</p>	<p>No. 4と同内容</p>
11	<p>ターゲットとして「外国人を含む視聴者全般」とのことですが、特に重視されている層があれば、ご教示ください。</p>	<p>No. 2と同内容</p>
12	<p>立山エリアというのはいくらまでを指しているのでしょうか。山頂も新たに撮影、もしくはアーカイブを活用することを想定されていますでしょうか。</p>	<p>「立山エリア」は岩嶽寺と芦嶽寺集落、立山黒部アルペンルート沿線、立山山頂を含む立山周辺地域を指します。山頂の映像を新たに撮影するかどうかは県と協議の上決定します。</p>
13	<p>9本の動画のうち、早回し動画はどの尺の動画で想定されていますか。 5分程度の動画という長い印象を受けますが、5分の動画はどういった目的での活用を想定されていますでしょうか。</p>	<p>いずれも立山博物館及び立山エリアへの訪問を訴求するもので、どうやって来るのかが分かるというところに力点をおきます。5分のは、途中の立山がきれいに見えるような景観や、禅定道の道標 (No. 1 参照) をインサートする等、立山エリアを幅広く紹介できればと考えています。活用方法は主にYouTubeを想定していますが、県が行う観光PR事業やサイネージなどで使用することも想定しています。</p>
14	<p>動画の撮影季節、納品日はいつごろを想定されていますか。</p>	<p>撮影季節は夏～秋を想定しており、納品日は2月末頃を想定しています。</p>