

インターネットリテラシー啓発CM制作・広報業務委託 質問に対する回答書

番号	質 問	回 答
1	各広告媒体の「視聴回数」についての定義を教えてください。 例えば、動画が15秒以上（15秒以下の動画の場合は最後まで）視聴された回数など。	視聴回数の定義はそれぞれ以下のとおりとします。 YouTube：30秒以上視聴（30秒未満の動画の場合は最後まで視聴） Instagram：3秒以上 Facebook：3秒以上 TikTok：1秒以上
2	仕様書で「表示回数」、「視聴回数」と記載されていますがそれぞれの媒体、どのような定義でしょうか。 （例えば15秒動画全て見た場合、視聴回数に含めるなど）	いずれの媒体も、表示回数の定義はCMがユーザーの画面に表示された回数（クリックの有無は問いません）とします。視聴回数の定義はそれぞれ以下のとおりとします。 YouTube：30秒以上視聴（30秒未満の動画の場合は最後まで視聴） Instagram：3秒以上 Facebook：3秒以上 TikTok：1秒以上
3	啓発CMを制作するにあたり、使用を避けるべき表現や言葉、必ず盛り込んだほうがよい表現や言葉がございましたらご教示いただけますでしょうか。	啓発の趣旨から、差別行為や誹謗中傷を扇動するような表現、言葉は避けてください。必ず盛り込むべき表現、言葉の指定はありませんが、仕様書にあるとおり対象に伝えたいポイントが理解される内容のものとしてください。 なお、本県では昨年12月に「鳥取県人権尊重の社会づくり条例」を改正しましたが、啓発CMにおいて条例改正に関する言及は不要です。
4	CM②の対象である「若者」とは、鳥取県内の若者を想定しておりますでしょうか。	鳥取県内の若者を想定しています。
5	広報につきましては、既存のアカウント等へ投稿し、運用する形で進めても差し支えございませんでしょうか。	広報の目的が達成できるものであれば差し支えありません。
6	いつから配信が必要でしょうか。	2月中旬の配信開始予定としていますが、具体的時期については選定事業者と協議の上実施します。