

「令和 8 年度宮城県医師確保に向けた PR 動画制作・広報業務」に関する質問への回答

令和 8 年 7 月 16 日掲載

No	質問事項	回 答
1	本事業で制作した動画の掲載場所ならびに、広告展開した際の誘導先として、「Medical Connect Miyagi Connect+」の活用は想定されていますでしょうか。	活用を想定しております。制作した動画は、「Medical Connect Miyagi Connect+」のほか、宮城県公式 YouTube や宮城県公式 Instagram に掲載を想定しています。また、広告展開した際の誘導先については、「Medical Connect Miyagi Connect+」内にある「みやぎメディカルキュービット（宮城県地域医療医師無料職業紹介所）」への求職登録を想定しております。
2	過去の成果物について 前回（令和 4 年度）に実施された同種の業務における成果物（動画や広報実績等）について、本公募の参考資料として共有、または閲覧可能な URL 等をご教示いただくことは可能でしょうか。	本業務は、今回初めて実施しますので、ご提供できる成果物はございません。
3-1	アプローチ対象地域について 仕様書にある「医師多数都道府県」とは、具体的にどの都道府県を想定されているかご教示ください。	「令和 6 年医師・歯科医師・薬剤師統計」において、「人口 10 万対医師数」の数値が、本県より多い都道府県を想定しておりますが、具体的な対象都道府県は、ご提案内容を踏まえ、受注者決定後に協議の上、決定します。
3-2	アプローチ対象地域について ターゲットへの効果的なアプローチのためには、県単位ではなく「医師数が担保されている特定の医療圏・地域」まで細分化して戦略を立てる必要があると考えております。現時点で発注者側が具体的に想定、あるいは注視している地域名（都市圏など）があればご教示ください。	現時点で、医師多数県以外に具体的な地域は想定していません。医師多数県を中心としつつ、本事業のターゲットに効果的に訴求できる地域や媒体については、企画提案の中でご提案ください。
3-3	アプローチ対象地域について 「医師多数都道府県へのアプローチ」とありますが、この対象として、県内で医師が集中している「仙台医療圏」に在籍する医師も含まれる（アプローチ対象となる）という認識でよろしいでしょうか。	本事業は、本県以外で勤務されている医師を対象とするため、仙台医療圏に在籍する医師はアプローチ対象には含まれません。

4	動画の本数設定の背景について 仕様書に記載のある「本編動画（5分程度）3本程度」「短編動画（30秒～60秒程度）6本程度」について、この本数および尺を設定された背景や、想定されている用途（想定する活用場面など）があればご教示ください。	本編動画及び短編動画は、宮城県公式 YouTube チャンネルや SNS 等での活用を想定しています。仕様書（案）に記載した本数及び尺は、視聴者が最後まで視聴しやすく、また、SNS 等で短時間に関心を引き、本編動画への誘導を図ることを想定したものです。なお、仕様書（案）に記載した本数及び尺を基本としますが、事業目的をより効果的に達成できると考えられる提案がある場合は、その考え方を含めて企画提案いただくことを妨げるものではありません。
5	媒体（動画）の選定意図について 本事業のターゲット（医師、かつ 40 代～50 代前半）の属性を考慮すると、文章を読むことに抵抗がなく、深い情報収集を行う傾向があるため、「インタビュー記事」や「詳細な Web テキスト」によるアプローチも有効であると考えております。その中で、今回「本編動画」および「短編動画（SNS 環境想定）」というフォーマットを選択された背景や意図があればご教示ください。	本事業では、本県における地域医療の現場や地域の雰囲気、実際に働かれている医師の表情や声などの映像や音声により伝え、まず認知・関心喚起を図るために動画が効果的と考えています。
6-1	地域医療の実態に関するデータ・参考情報について 宮城県における「地域医療・総合診療の魅力や実態」について、行政側として特にアピールしたい具体的な強みや要素がございましたらご教示ください。また、それらの情報や現役医師の声などがまとまっている既存の特設サイト等があればご紹介いただけますと幸いです。	提案いただく事業者様から「本県における地域診療の魅力や実態」もご提案いただくこととしております。ご提案いただきました内容を踏まえ、審査したいと考えております。
6-2	地域医療の実態に関するデータ・参考情報について 医師が「仙台医療圏を除く 2 次医療圏」での勤務を避ける傾向について、行政側で把握されている要因や、それを裏付けるデータ（アンケート結果や過去の調査報告等）があれば共有いただくことは可能でしょうか。	本事業について、ご質問の調査・分析データがございません。なお、企画提案に当たっては、公開されている統計資料や各種データ等を参考にしながら、ご提案をお願いします。
7	ターゲットの年齢層について 本事業のターゲットを「40 代～50 代前半の医師」に限定されている理由や背景（この年代の医師へ期待する役割や、現在の不足状況など）についてご教示ください。	本事業は、特定の年代の医師不足を前提とするものではありません。一定の臨床経験や専門性を有し、今後の働き方やキャリアの転換を検討する可能性が高い医師を主なターゲットとして想定しています。

8	出演医師・病院との折衝範囲について 仕様書に「出演する医師の選定や病院との折衝は発注者側で行う」とありますが、受注者側の業務範囲は「発注者から紹介された医師・病院に対しての、動画コンセプトや演出等の直接的なコミュニケーション（撮影調整含む）」からとなる認識でよろしいでしょうか。あるいは、決定後の実務的な折衝も含めて発注者側で対応いただけるのでしょうか。詳細な役割分担をご教示ください。	本事業は、受注者から提案いただく企画内容や動画コンセプトを踏まえ、発注者において協力可能な医療機関及び医師との調整を行い、受注者へ紹介する予定です。 紹介後の具体的な連絡・調整は、基本的に受注者に行っていただくことを想定しています。なお、詳細な役割分担は、企画内容や撮影スケジュール等を踏まえ、受注者決定後に協議の上、決定します。
9	短編動画の仕様について 短編動画の「30 秒～60 秒程度」という指定と、「SNS 視聴環境を想定し短時間で訴求可能な構成」という記載は、同義（短編動画＝SNS 配信用動画）という認識でよろしいでしょうか。	お見込みのとおりです。
10	公開予定の SNS 媒体について 動画の公開・広告運用を予定している「宮城県公式 SNS」について、具体的な媒体名（YouTube、X、Facebook 等）および、想定されている各種仕様（画角やファイル形式等の制限）を共有いただくことは可能でしょうか。	制作した動画は、「宮城県公式 YouTube」や「宮城県公式 Instagram」に掲載を想定しています。なお、各種仕様については、発注者決定後にお知らせいたします。
11	見積もり上の著作権・使用期間について 「令和 8 年度以降も複数年にわたり動画を活用する」とのことですが、見積もりを作成するにあたり、動画（出演者の肖像権や音楽等）の使用期間（ライセンス期間）は何年を想定して算出を行えばよろしいでしょうか。	現時点で具体的な活用年数は決めておりません。仕様書（案）「10 その他」に記載のとおり、本事業で制作する成果品については、発注者が無償かつ無期限に利用できることを前提としています。このため、出演者の肖像権や音楽等の第三者の権利についても、発注者が無償かつ無期限に利用できるよう必要な権利処理を行った上で、見積りをお願いします。
12	仕様書 6(1)エ 出演者は受注者が動画コンセプト等を提案し、発注者が病院及び医師を選定するとありますが、想定している出演医師数及び医療機関数をご教示ください。	現時点で出演医師数及び医療機関数の具体的な想定はありません。動画コンセプトに応じて必要と考えられる出演者及び医療機関をご提案ください。なお、発注者において、提案内容を踏まえ、協力可能な医療機関及び医師との調整を行う予定です。
13	仕様書 6(1)エ 沿岸部や山間地域等の地域特性を紹介することとされています。 重点的に PR を想定している医療圏や地域がありましたらご教示ください。	仙台市以外の地域を対象としていますが、特定の医療圏や地域を重点的に想定しているものではありません。沿岸部や山間地域など、仙台市以外の地域の特色や魅力が効果的に伝わるよう、企画内容に応じて撮影地域をご提案ください。

14	仕様書 6(1)エ インタビュー内容については、発注者側でテーマ等を選定する予定でしょうか。	インタビュー内容やテーマについては、受注者において動画コンセプトや企画内容を踏まえ、ご提案ください。なお、詳細については、受注者決定後に協議の上、決定します。
15	仕様書 6(1)アイ 発注者が所有している関連素材の提供は可能でしょうか。また、どのような素材がありますか。	現時点で、本事業において提供を予定している素材はありません。企画内容に応じて必要な素材をご準備ください。
16	仕様書 6(1)カ 昨年度の「宮城県公式ウェブサイト」や「宮城県公式 SNS」に掲載した動画のアナリティクスデータ提供、または ID・PW 貸与は可能でしょうか。	本事業は、今回初めて実施しますので、提供可能なアナリティクスデータはありません。また、動画アップロードは発注者側で行う予定のため、ID・PW 貸与は想定しておりません。
17	仕様書 6(1)カ 「宮城県公式ウェブサイト」や「宮城県公式 SNS」への動画アップロードは、発注者側で実施されますでしょうか。また運用についても発注者側で実施されますでしょうか	動画アップロード及び運用については発注者側で行う想定にしております。
18	仕様書 6(2)ウ 効果検証を行うこととされています。 本業務において重視する成果指標（動画再生数、視聴完了率、CTR、問い合わせ件数等）がありましたらご教示ください。	現時点で重視する評価指標は設定していません。本事業の目的を踏まえ、効果的と考えられる評価指標及び検証方法についてご提案をお願いします。
19	募集要領 2(9) 応募資格として「宮城県内に活動拠点（本社、営業所）を有すること」とありますが、共同企業体や協力会社との連携による応募は可能でしょうか。	本事業は、共同企業体（JV）による応募は認めておりません。業務の一部を第三者に再委託を行う場合は、受注決定後に発注者と協議の上、承諾を得た場合に限り可能とします。
20	仕様書 6(1)エ②に「出演者は、受注者が動画のコンセプトや構成等を提案し、発注者が出演する病院及び医師等を選定する」とあります。選定後、対象となる医療機関・医師との具体的な撮影日程の調整や、撮影前のロケハン手配（アポイントメント取得等）は、発注者（県）と受注者のどちらが主体となって行う想定でしょうか。	出演いただく医師や医療機関については、発注者において候補者を紹介した後の具体的な連絡・調整方法や役割分担については、受注者側主体で行っていただくことを想定していますが、詳細は企画内容や撮影スケジュール等を踏まえ、受注者決定後に協議の上、決定します。

21	動画のテーマとして、医師数が全国平均を下回っている「仙南医療圏、大崎・栗原医療圏、石巻・登米・気仙沼医療圏」が想定されますが、本編動画 3 本 を制作するにあたり、撮影エリア（対象となる医療機関の所在地）は県内各地（例えば上記 3 医療圏それぞれ 1 箇所ずつなど）に分散する想定で概算見積もりを組むべきでしょうか。	本事業の目的や仕様書（案）の内容を踏まえた上で、効果的と考えられる企画内容、実施方法等を含めてご提案ください。概算見積もりについても、提案内容に基づき作成してください。
22	広報効果の測定について、審査基準には「視聴者の関心喚起から求人の相談等の行動につながる効果的な導線設計」とあります。動画広告をクリックした先の遷移先（ランディングページ等）は、既存の県公式ウェブサイト等の特定のページを想定されていますでしょうか。また、現状「相談や応募」を受け付ける専用のフォームや窓口は設置されている状態でしょうか。	広告展開した際の誘導先については、「Medical Connect Miyagi Connect +」内にある「みやぎメディカルキュービット（宮城県地域医療医師無料職業紹介所）」への求職登録を想定しております。
23	広告効果検証において適切な KPI を設定するためにお伺いします。過去に同様の医師確保に向けたプロモーション（デジタル広告等）を実施された実績がありましたら、その際のターゲット層におけるクリック単価（CPC）や動画視聴完了率などの参考数値をご教示いただくことは可能でしょうか。	本業務は、今回初めて実施しますので、ご提供できる参考数値はございません。
24	Web 広告（SNS 広告等）の配信対象地域の設計において、効果を最大化するために特定の「医師多数都道府県（大都市圏等）」へ広告原資を重点的に集中投下（または一部地域を除外）するようなターゲティング戦略をとることは、本業務の仕様上、問題ないでしょうか。それとも、本県内も含め全国一律に均等配信すべきでしょうか。	Web 広告（SNS 広告等）の配信対象地域については、特定の地域への重点配信や全国への配信を含め、事業目的及びターゲットを踏まえ、効果的と考えられる配信方法をご提案ください。