

令和6年度 「誰も知らない静岡県立工科短期大学の魅力」 広報活動業務

1 事前提出の質疑回答

No.	質問内容	回答
1	進学情報アプリ（（1）業務内容 ア）の想定は。	進学支援専門会社が運営する、生徒等へ進路先決定プロセスに有効な情報を提供するアプリを想定しています。同等以上の効果を期待できる提案があればその限りではありません。
2	実績として入校者が多い高校等は（上位15程度）。	次のとおりです（静岡及び沼津キャンパスにおける直近2年）。 科学技術高等学校、静岡中央高等学校、静岡北高等学校、沼津工業高等学校、富岳館高等学校、島田樟誠高等学校、知徳高等学校、静岡西高等学校、沼津商業高等学校、小山高等学校、御殿場高等学校、吉原工業高等学校、掛川工業高等学校、富士宮北高等学校、沼津中央高等学校
3	昨年度の広報の内容は（以下項目）。 ・ 広告媒体 ・ 広告内容 ・ 広告予算	<ul style="list-style-type: none"> ・ 広告媒体 交通広告（中吊り広告：JR3線、県内私鉄3線）及びWEB広告配信 ・ 広告内容 入学試験日程、試験科目等の入試情報、オープンキャンパスの日程・概要、学科編成等 ・ 広告予算 約5,220千円
4	HP・パンフレット・チラシなどの画像・動画をWEB広告を運用する際、無料提供は可能か。	委託者に帰属する広報素材は、受託者に無料で提供します。

注) 意味・趣旨を変えない範囲で表現等修正・集約しています。

2 説明会当日の質疑回答

No.	質疑内容	回答
1	事業名「誰も知らない～魅力」の意味は。	従前の広報活動にとらわれない、「まだ知られていない本校の魅力（までも分析し伝えきる）」広報活動を期待する意味です。
2	入校生は男性が多いと想像するが、どのような層を増やしたいか。	現在は偏りがみられますが、性別や国籍に関係なく門戸を開いています。まずは定員充足を目標としています。
3	進学アプリを（本校実績の多い）実業高校の生徒が活用しているのか、進学アプリを活用する有意性は。	ターゲット世代が活用するとされている進学アプリ、WEB広告を想定しています。分析に基づく、他に有意性のある媒体の提案があれば、審査対象とします。
4	提案は、どこまで挑戦的にして（踏み込んで）よいか。	これまでの行政手法に縛られない、かつ社会通念上許される範囲を期待します。企画提案審査にあたっては、行政側でない外部人材を多用し、多様性や専門性の担保を図ります。
5	次年度の広報業務はどのように考えているか。	単年度の事業であり、今年度のみとなります（次年度については未定）。効果測定の中で、次年度に向けての反映・提案は受け付けます。
6	昨年度の広報活動の内容や効果測定は。	HP閲覧数の比較は有意に伸びています。 ページビュー数：(R4) 14,948 → (R5) 23,000 ユーザー数：(R4) 2,773 → (R5) 8,079 その他詳細は受託者に情報共有します。
7	オープンキャンパスについて。 ・案内・説明は学生が行うのか ・学生が一人で来るのか ・アンケート等の実施と効果測定は	・案内・説明ほか運営は学生ではなく、職員が行っています。 ・来訪の形態は、一人や保護者等同伴、様々です。 ・アンケートを実施し。結果を集約しています。 このほか、必要な情報は受託者に情報共有します。

8	本業務以外にどのような広報活動を行っているか。	県内市町、高等学校及び関係団体への広報を行っています。各校や入校希望者の分析結果を基に職員が高校訪問を行うなどしています。
9	企画提案審査の方法、使用する機材の範囲等。	参加者数により、時間の割り振りを行います。1者30分（説明15分＋質疑応答15分）です。日時等は、該当者にお知らせします。 パソコンにHDMIケーブルを接続してプロジェクター投影する等、基本所作は可能です。円滑な進行のため、準備時間もプレゼン時間に含みますので、事前の機材確認等お願いします。
10	契約日、履行期限等、契約期間の確認。	契約は6月1日付けを想定、履行期限は令和7年3月24日です。