

No.	質問	回答
1	今回の事業で特にピックアップしたい自治体や地域はあるか。	現時点で特定の自治体を想定しているものではない。どのような広報戦略を取るかは、契約後、受託者と協議の上で決定する。
2	現場訪問について、訪問先は決まっているか。	現時点では決まっておらず、受託者と協議の上で決定する。
3	ロゴの製作者としてクリエイターの知名度は重要になるか。	ロゴそのもののデザイン性に加え、誰が制作するのかといった点も重要な要素になると考えている。これらを総合的に勘案し、受託者と協議の上でロゴを決定する。
4	ポスターの発送について、発送先のリストはスポーツ庁から共有されるか。発送の箇所数のメドはあるか。	仕様書に2,000部以上と記載している通りだが、例えば、全自治体に1部ずつ発送することを念頭に置いている。発送先のリストはスポーツ庁から提供する。
5	事業内で作製した動画について、部活動改革ポータルサイトにも掲載することになるのか。	ご認識の通り。
6	ロゴの著作権はスポーツ庁に譲渡することになると思うが、それも踏まえて製作者を検討する必要があるか。	ご認識の通り。
7	動画について、制作本数の想定はあるか。	仕様書では明示していないため、事業者の方でご提案いただき、実際の制作本数については受託者と協議の上で決定する。
8	SNSを活用した広報施策について、どの程度のリーチを想定しているか。	具体的な数値目標は設定していないが、これまでのように部活動改革ポータルサイトへ情報を掲載し、自治体担当者へ周知するだけでなく、その先の保護者、地域住民、生徒等にも情報が届くよう、より踏み込んだ発信を行いたいと考えている。
9	SNSでの広報については、こういった媒体を想定しているか。また、投稿・掲載作業は誰が行うのか。	スポーツ庁の公式SNS（X、Instagram、YouTube等）を主に想定している。その管理はスポーツ庁の担当者において行うこととなる見込み。
10	広報のターゲットについて、子供たちというよりは、自治体やクラブの運営者が主な対象か。	部活動の地域展開の当事者は生徒であるため、生徒にも適切に情報を届けたいと考えている。アンバサダーによる現場訪問においても、生徒とのコミュニケーションを想定しており、SNS戦略においても中学生年代の生徒も意識した発信を行いたい。
11	部活動の地域展開の進捗は約3割という話があったが、地域展開が進んでいない地域や種目はあるのか。	3割という数値は、部活動単位で算出しているものであり、自治体数単位では、1,097の自治体において今年度中に地域展開に取り組んでいただく予定となっている。進んでいない地域や種目については、状況が多様であり、一概には言えない。
12	本事業において、広報施策の効果測定や、実施前後での改善状況の把握は必須か。	仕様書には記載していないので必須ではないが、独自提案として提出いただく分には差し支えない。
13	ロゴの作製について、ロゴ内に文字（文言）を含める想定か、文字を含まない図案（シンボルマーク）としての想定か。また、文字を含める場合、想定される表記や、事業名や既存ガイドライン・ポータルサイトとの表記統一について指定・制約があるか。	文字を含める・含めない、あるいは両方を作成する、などは、受託者と協議の上で決定する。文字を含める場合、たとえば、「部活動の地域展開」や「部活動改革」などが想定されるが、この点も、受託者と協議の上で決定する。その際、基本的には、ガイドラインやポータルサイトなどで通例使用している表記を用いることになる見込み。
14	ロゴの作製について、仕様書に「漫画家等」と明記されている趣旨は、制作者の作風・タッチをロゴ表現に反映させることを企図したものか。	「漫画家等」は、あくまでも「クリエイター」の例示であり、必ずしもそういった意図はないが、制作者の作風・タッチをロゴ表現に反映させることは、ひとつの方向性としては考えられる。
15	若年層に訴求するデザインであれば、漫画家に限らずデザイナー等のクリエイターによる制作も本要件（「漫画家等のクリエイターを活用」）を満たすものと理解してよいのか。	ご認識の通り。