

「ライフデザイン支援事業業務委託」の提案競技に関する質問と回答

令和8年5月19日

No	質問事項	質問内容	回答
1	仕様書 5 (1) ① ウ マッチングの実施	「各参加者と個別に～提供すること」とあるが、機会の提供は事前の書面案内やeラーニングといったオフライン以外の提供方法でも差し支えないでしょうか。	事前の書面案内やeラーニング等、対面以外の方法による機会の提供でも差し支えありません。
2	仕様書 5 (1) ① エ プログラムの実施	プログラムの開催時間は何分程度を想定していらっしゃいますでしょうか。	実施時間について、具体的な定めはありません。ただし、参加者が子育て家庭との交流を通じて、結婚・出産・子育て等について具体的なイメージを持ち、不安や悩みの軽減につながるよう、十分な効果が見込まれる時間を設定してください。
3	仕様書 5 (1) ① オ アンケート(効果測定)の実施 5 (2) ① オ アンケート(効果測定)の実施	「子育て体験プログラム」「ライフデザインセミナー」それぞれにおいて、アンケート内で必ず取得したい項目やKPIはございますでしょうか。(ex,参加者のセミナー受講満足度が80%以上、など)	子育て体験プログラムやライフデザインセミナーを通しての気づきや事前・事後の意識の変化等を確認できる内容としてください。 また、KPIは、子育て体験プログラムの参加者及びライフデザインセミナー受講者の満足度100%を目標としています。
4	仕様書 5 (1) ① カ その他 5 (2) ① カ その他	・受入家庭や参加者からの問い合わせ対応 ・大学や企業、受講者等からの問い合わせ対応 は、メールあるいは電話のいずれの受付方法でしょうか。	問い合わせ対応の方法は、メール及び電話を想定しています。
5	仕様書 5 (1) ② 受入家庭	令和7年度時の受入家庭実績数をご教示ください。 また、1家庭あたりの受入参加者数は何名程度をお見込みでしょうか。	令和7年度は13家庭に受け入れていただきました。 また、1家庭あたりの受入人数について具体的な定めはありませんが、すべての参加者に子育てを体験できる時間が確保されるようご提案ください。
6	仕様書 5 (1) ② 受入家庭	受入家庭について、異なる学生を複数回受け入れていただくことは、ご家庭側の承諾を得られていれば問題ないでしょうか。(受入れ家庭の重複)	受入家庭の承諾が得られている場合には、同一家庭が複数回、異なる参加者を受け入れることも可能です。ただし、受入家庭及び参加者の希望を踏まえ、本プログラムの効果が最大となるようマッチングを行ってください。
7	仕様書 5 (2) ① ア セミナーの企画	「少なくとも1回以上は広く市民が参加できるよう参加者を公募し、実施すること。」と記載がありますが、通常のセミナーとは異なる「イベント形式」のオープンセミナーを提案することは可能でしょうか？	参加型又は体験型の学びを含むものであれば、イベント形式のオープンセミナーの提案も可能です。なお、その場合においても、アンケート(効果測定)の実施が必要となるためご注意ください。
8	仕様書 5 (2) ① ウ 受講者の募集・公募	「受講者数は累計400名程度とすること。実施回数は6回以内で提案すること」と記載がありますが、大学生及び企業の「受講者割合」と「実施回数割合」について指定はありますでしょうか。また、「累計400名」と「実施回数6回以内」はどちらか一方ではなく両方達成する必要がありますでしょうか？	受講者の属性及び実施回数の割合について、具体的な定めはありません。 また、「受講者数累計400名程度」及び「実施回数6回以内」の両方を満たしていただく必要があります。
9	仕様書 5 (2) ① ウ 受講者の募集・公募	企業の受講対象者については「若手社会人(20～30代)」をターゲットに考えて問題ないでしょうか。	企業における受講対象者として、若手社会人(20～30代)を主なターゲットとすることは差し支えありませんが、年齢のみを理由に受講機会が制限されることのないようご配慮ください。
10	仕様書 5 (2) ① エ セミナーの実施	セミナーの開催時間は何分程度を想定していらっしゃいますでしょうか。	実施時間について、具体的な定めはありません。ただし、十分な効果が見込まれる時間を設定してください。
11	仕様書 5 (3) ② ア 企画	動画広報の目的は「子育て体験プログラムへの参加者募集」の認識で良いでしょうか？	ご認識のとおり、子育て体験プログラムの参加者募集が主たる目的です。併せて、動画視聴を通じて、視聴者が自身のライフデザインについて考えるきっかけとなることを期待するものです。
12	仕様書 5 (3) ② ウ 効果測定	効果測定について、目標とする「広告効果(視聴数やクリック数等)」の具体的な指標(数値)はございますでしょうか。	子育て体験プログラムの参加者数等を踏まえ、適切な指標及び目標値をご提案ください。
13	仕様書 5 (3) ② ウ 効果測定	動画広報について、広告クリック後の遷移先はどちらを想定されていますでしょうか。(市HP、申込フォーム、特設LPなど)	遷移先としては、本市ホームページ又は子育て体験プログラムの申込フォームを想定していますが、より効果的な遷移先があればご提案いただいても差し支えありません。