

久留米市への誘客等を促すプロモーション業務委託
公募型プロポーザルにかかる質問回答

No	仕様書 頁・項番	質問内容	回答内容
1	P1 2	「福岡都市圏や近県を中心に全国へ発信」とあるが、一番注力しているエリアはどこか	仕様書P1 5委託内容に記載していますように、福岡都市圏及び近県から久留米市への直接的な来訪につなげたいと考えています。また、久留米市の認知度を高めるため広く全国に向けた発信を期待しています。
2	P1 2	テレビ、ラジオ、新聞、雑誌、Webに加えて、SNSも追加していかご教示いただきたい	SNSを加えていただいて差支えございません。
3	P1 5	子育て世代を中心にとのことだが、具体的な年代の想定はあるか？	主に20代、30代を想定しています。
4	P1 5	今回、「近県に在住する子育て世代」を設定している背景をご教示いただきたい	特に福岡都市圏や近県の子育て世代を想定している背景については、市への来訪を通じて、市の魅力・住みやすさなどを知っていただくことで、将来的に市への居住につながることを期待しています。

No	仕様書 頁・項番	質問内容	回答内容
5	P1 5 (1)①	情報を収集し話題化される素材にとりまとめること、とありますが、「話題化される素材」とは具体的に何を指すのか、またはそのイメージをご教示下さい。	収集した情報単体では、メディアに取り上げられにくくても、ほかの情報とまとめることで、取り上げられやすくなるということを考えています。例えば、酒蔵の新酒の情報に加え、その酒蔵で日本酒の酵母をつかったまんじゅうを生産販売している情報をまとめるなど。
6	P1 5 (2)①	ニュースリリースの作成にあたり、記事化に必要な画像素材は原則実行委員会様からのご支給と考えて宜しいでしょうか。	実行委員会より提供した情報については、準備可能な範囲で素材を提供します。その他に必要な素材は受託事業者にてご準備ください。また、受託事業者にて収集した情報より記事を作成する際に必要な素材は受託事業者にてご準備ください。
7	P1 5 (2)①	ニュースリリースは60件以上配信、とありますが、過去の実績等この数値の根拠を教えてください。 また、差し支えなければ情報カテゴリーの想定割合をご教示下さい。	<ul style="list-style-type: none"> ・前年度のリリース実績の内、市外からの来訪につながるニュースリリースの配信数より算出しています。 ・カテゴリーの想定割合はありません。
8	P1 5 (2)②	事業期間中にニュースリリースは60件以上と記載がありますが、内容の違う60種類の情報をそれぞれ各メディア複数社に配信するという事でしょうか。 それとも、例えば10種類×6社で60件という考え方でしょうか。	内容の違うニュースリリース60件以上をそれぞれメディア複数社に配信することです。

No	仕様書 頁・項番	質問内容	回答内容
9	P1 5 (2)②	「ニュースリリースは60件以上」とは、60社にリリースを配信するという認識でよいでしょうか？ また、「アプローチは10件以上」について、ニュースリリースの「配信」と「アプローチ」の違いをご享受ください。	<ul style="list-style-type: none"> ・1つのニュースリリースを複数メディアに配信し1件とします。 ・配信はメールやFAXなど一方向の情報提供を想定しています。また、アプローチは、露出する可能性が高いニュースリリースを受託事業者が把握している取り上げそうなメディア複数に、訪問や電話などで直接働きかけを行うものと考えています。
10	P1 5 (2)②	『ニュースリリース60件以上』とは、PRTIMESを含むのか。 また、『アプローチ10件以上』とは具体的にはどのようなアプローチを想定されるのか。	<ul style="list-style-type: none"> ・「ニュースリリース60件以上」は、事業期間中に内容が異なるニュースリリースを60件以上作成し、それぞれを複数メディアに配信にするとしております。PRTIMESへの配信のほか、発信する情報の内容等に応じた適切なメディアへの積極的な情報発信を期待します。 ・「アプローチ10件以上」は、事業期間中に作成したニュースリリース10件以上をそれぞれ複数のメディアに、訪問や電話などで直接働きかけを行うものと考えています。
11	P1 5 (2)④	PRTIMESの配信費用は事業費に含まれるのか。 また、PRTIMESの登録は既にシティプロモーションがしているアカウント等を使用して配信するのか。それとも受託事業者で新たに契約するのか。	<ul style="list-style-type: none"> ・PRTIMESにかかる経費を含め提案上限額内で実現可能な提案をお願いします。 ・PRTIMESのアカウントについて、事業実施期間中は実行委員会が用意するアカウントを、受託事業者が使用して配信することを考えております。実行委員会が用意するアカウントは、PRTIMESの登録のみとなっています。配信にかかる費用は本事業の事業費内で受託事業者が負担することとしております。
12	P2 5 (2)⑤	リリース配信活動における露出KPIは特に設定されていない認識で相違無いでしょうか。	ご認識の通りです。リリース配信活動における露出KPIは設定しておりませんが、メディア露出につながる効果的な提案を期待しています。

No	仕様書 頁・項番	質問内容	回答内容
13	P2 5 (3)①	「食」をテーマとあるが、「グルメ」、または「食材」のどちらを訴求するという意図か。 また市として今後推していく「食」があれば、ご教示いただきたい	<ul style="list-style-type: none"> ・久留米はラーメンや焼き鳥、フルーツなど「美味しい食」のイメージが強く、また、農業産出額も県内トップクラスであることから、グルメ・食材を含む「食」全体をテーマとしています。 ・今後押していく「食」について具体的なものはありません。「食」に関する情報を広く収集し、同じ食分野や異なる分野(名跡・史跡、文化芸術、お出かけスポットなど)の情報と組み合わせ話題喚起を図っていくものと考えています。
14	P2 5 (3)②	制作担当者などに直接働きかけ、取材誘致活動に取り組み、メディア露出を3件以上獲得、とありますが、ロケ取材が必須でしょうか。	ロケ取材は必須ではありませんが、久留米の魅力を的確に視聴者等に伝えるために、最善な取材方法により効果的な露出が図れることを望みます。
15	P2 5 (4)	(3回以上)とは、1つの媒体に3回以上か、3つ以上の媒体にアプローチする際に各1回か、どちらでしょうか？	メディアの制作担当への訪問回数です。媒体種別数など指定はありませんが、露出を高めるためメディアと良好な関係を構築していきたいと考えています。特に、波及効果が高いテレビ局の制作担当等とのリレーションを期待しています。
16	P2 6 (4)	露出事業者へのアンケートとは、具体的にどのような仕様、数量、頻度を想定されていますでしょうか。過去実績等があれば事例としてご教示いただけないでしょうか。	仕様書P2 5(3)に記載しています、メディアに提案した企画にて露出した事業者に対し、露出後の反響についてのアンケートを実施することを想定しています。過去のアンケート事例としては、露出後の客数や客層の変化、おすすめコンテンツ(自社他社問わず)の調査となります。
17	P3 9 (2)	記載の意味は、成果品が映像素材の場合、実行委員会が独自に素材を編集して活用する、という認識でよいでしょうか？	ご認識のとおりです。ただし、仕様書P3 9(1)の記載にある、成果品の著作権が発注者である実行委員会に無償譲渡されているものについてのみと想定しております。