

質問に対する回答書

業務名：火の山観光プロモーション業務委託

No.	質問事項	回答内容
1	<p>「実施要領」&gt;「8 提案書作成方法等」&gt;「(5)提案書の作成方法」&gt;「カ留意事項」について、用紙の縦横の指定はありますか？また、片面印刷、両面印刷等のご指定はありますか？</p>	<p>用紙の縦横指定、片面・両面印刷等の指定はございません。 その他は、実施要領「8 提案書作成方法等」の(5)の「カ」に記載している、留意事項に沿って作成してください。</p>
2	<p>「実施要領」&gt;「8 提案書作成方法等」&gt;「(5)提案書の作成方法」&gt;「ウ運営体制及びスケジュール」及び「カ 留意事項」について、提案書内に提案者の代表者氏名を記載しないこととありますが、運営体制の総括責任者が代表者である場合は運営体制の説明に記載できないのでしょうか？</p>	<p>お見込みのとおりです。 運営体制の総括責任者が「代表者」である旨を記載してください。</p>
3	<p>「仕様書」&gt;「5 業務内容」&gt;「(2)プロモーション」&gt;「(イ)クリエイティブ(広報素材等)の制作」について、クリエイティブとは主に動画のことを示しているのでしょうか？提案次第かもしれませんがSNS広告用の「写真を活用したグラフィックのみ」などの提案も可能でしょうか？動画を入れる必要があるなどの意図等あれば教えてください。</p>	<p>クリエイティブの種類に指定や推奨はございません。 業務目的を達成するために必要なクリエイティブを提案ください。</p>
4	<p>仕様書「5(2)(イ)(b)」に「3種類以上のクリエイティブを制作」とありますが、クリエイティブの種類(例：動画、静止画、ポスター等)に指定や推奨はございますでしょうか。</p>	<p>クリエイティブの種類に指定や推奨はございません。 業務目的を達成するために必要なクリエイティブを提案ください。</p>
5	<p>「仕様書」&gt;「5 業務内容」&gt;「(2)プロモーション」&gt;「(イ)クリエイティブ(広報素材等)の制作」について、撮影を行うにあたり、スケジュールを組むにあたり現在の工事がいつ終わるか、また展望デッキやパルスゴンドラ等がいつ頃完成する予定で、オープンまでの間に一般客の利用が無く撮影に適した日や期間などがあれば教えてください。</p>	<p>ヒノヤマリング(展望機能のある施設)は令和8年4月23日にオープン予定で、キャンプ場は、令和8年6月末に完成予定ですが、供用開始は未定で、夏頃になる見込みです。パルスゴンドラは令和9年度以降に完成予定で、アスレチックエリアについては、令和7年11月21日に供用を開始しております。撮影スケジュールについては、担当課との調整が必要となるため、事前にご相談ください。</p>
6	<p>火の山公園の新施設(ヒノヤマリング、アスレチックエリア、キャンプ場等)について、撮影に使用できる時期の見通しをお聞かせください。契約締結後(5月中旬想定)の時点で、各施設の完成状況や立入りの可否はどのような状況が想定されますでしょうか。</p>	<p>ヒノヤマリング(展望機能のある施設)は令和8年4月23日にオープン予定で、キャンプ場は、令和8年6月末に完成予定ですが、供用開始は未定で、夏頃になる見込みです。パルスゴンドラは令和9年度以降に完成予定で、アスレチックエリアについては、令和7年11月22日に供用を開始しております。撮影スケジュールについては、担当課との調整が必要となるため、事前にご相談ください。</p>

質問に対する回答書

業務名：火の山観光プロモーション業務委託

No.	質問事項	回答内容
7	ブランドコンセプト資料に掲載されている完成予想CGパースや設計図面等を、本業務のクリエイティブ制作(動画・ポスター等)に使用させていただくことは可能でしょうか。	可能です。
8	仕様書「5(2)(ア)(c)」に「下関市が保有するアカウントと連携して配信すること」とございますが、連携可能なSNSアカウントの種類(Instagram、TikTok、YouTube等)についてお聞かせいただけますでしょうか。	本市が保有するアカウントは、Instagram、Facebook、Youtube、X、LINEです。このうち、連携可能なものは、Instagram、Facebook、Youtube、Xです。
9	火の山公園リニューアルに合わせて、市もしくは他の事業者によるオフィシャルポスターやプロモーション用販促物の制作予定はございますでしょうか。本業務の提案内容と重複しないよう確認させていただきたく存じます。	現時点で予定はございません。
10	市として活用可能なサイネージ枠や、連携可能な施設等がございましたらお聞かせください。	わが街NAVIという「ゆめシティ(商業施設)」内に設置しているサイネージにて画像(JPEG、PNG、PDF)や動画(MP4※60秒100MB以内)を活用することは可能です。
11	本業務で使用するデジタル等を活用した発信媒体は動画配信、SNS以外に既存WEBメディアの活用でも大丈夫でしょうか？	既存WEBメディアを活用していただいても結構です。
12	3種類以上のクリエイティブを制作とありますが、動画、SNSなど含めてTOTALで3種類という見解であっていますか？	仕様書にあるとおり「クリエイティブ(広報素材等)」ですので、SNSは含まれず、発信媒体・手法になります。また、クリエイティブは「観光シーズンごとに展開」できるものを3種類以上、制作してください。
13	各ツール(記事、動画、Instagramなど)で発信する内容を集約したページは下関市のサイトか観光サイト、または火の山公園全体を管理される会社のHPなどに掲載可能でしょうか？また広告の流入先はそのページを想定されていますか？	火の山公園サイト、下関市公式観光サイトへ掲載することは可能ですので、ランディングページとして設定していただいても構いません。
14	施設の理想的な集客状態のイメージはありますか？(子育て世代のファミリーを中心に、絶景観光スポットとして若いカップルや学生に来場を望んでいる等)	火の山が、下関で育ち、生活する市民にとって、まちの誇りや自信につながるっておきの場所になり、観光客からも、関門随一の魅力的な場所として、注目されることを期待しています。そのうえで、仕様書に記載のとおり、火の山に整備する新しい各コンテンツに応じて効果的なターゲット層を設定してください。

質問に対する回答書

業務名：火の山観光プロモーション業務委託

No.	質問事項	回答内容
15	ブランドコンセプトを拝見しましたが、今回のプロモーションはエクステルナルブランディングの位置づけとして捉えてよろしいでしょうか？その中で最も訴求したいことはどこかブランドコンセプトを作成時点で話されていたことはありますか？（EBでは「景色」、「世界のしくみが学べる場所」がありました）	エクステルナルブランディングの位置付けです。 基本計画時に市が示したのは、「火の山を、これまで以上に海峡の魅力をゆっくり味わえる場所に」「未来を担う子どもと、その親世代の遊び・学びの場として、火の山を光輝く未来を育むフィールドに」「山そのものを関門海峡の未来を照らす灯台に見立て、火の山を光を生かしたランドマークに」の3点です。
16	予算（見積り限度額）3,300,000円には、SNS広告配信の実費（メディアへの支払い等）も含まれますでしょうか。それとも、広告費は市が別途負担し、受託者は運用実務およびクリエイティブ制作のみを請け負う形でしょうか。	SNS広告配信の実費は、当該業務の経費に含まれます。
17	仕様書には「今後インバウンドへの発信を検討しているため、テロップやナレーションを使用する場合は、日本語と英語に対応したものとすること」とございますが、本業務期間内（令和9年3月30日まで）に、英語圏をターゲットとした具体的な広告配信まで計画されていますでしょうか。本業務ではあくまで『将来的に転用可能な素材制作』に留める段階でしょうか。	仕様書にあるとおり「今後インバウンドへの発信を検討」している段階ですが、インバウンド誘致に伴う事業やイベント等において、随時活用する予定です。
18	仕様書で示されている「3種類のクリエイティブ」とは、『春・夏・秋』のような季節ごとのバリエーションを想定されていますでしょうか。もしくは、『ファミリー向け・カップル向け・アウトドア層向け』のようなターゲット属性ごとの出し分けをお考えでしょうか。	仕様書にあるとおり「観光シーズンごとに展開」できるクリエイティブを3種類以上、制作してください。
19	下関市内に所在する企業による提案に対して、加点・減点評価はありますでしょうか。	評価基準にあるとおり、「業務運営を円滑かつ効果的に実施できる体制となっているか。」という点において審査いたします。
20	評価基準内の「実施体制」について、下関市内に事務所もしくは常駐者が居ることは加点要素になりますでしょうか。	評価基準にあるとおり、「業務運営を円滑かつ効果的に実施できる体制となっているか。」という点において審査いたします。
21	火の山公園の現状の来訪者属性（年代・居住地・来訪目的など）のデータがあればご教示ください。	現状、火の山公園の来訪者属性に伴うデータはございません。

質問に対する回答書

業務名：火の山観光プロモーション業務委託

No.	質問事項	回答内容
22	今回のプロモーションにおいて、特に強化したいターゲット層（例：若年層、ファミリー層、インバウンド等）があればご教示ください。	ターゲット層は明確に定めていません。そのため、火の山再編整備計画（光の山プロジェクト）に伴い、オープンしたアスレチック、オープン予定のヒノヤマリング、キャンプ場など、各コンテンツの魅力に応じたターゲット層を提案してください。
23	本業務において重視されるKPI（例：来訪者数、認知拡大、SNS指標等）の優先順位があればご教示ください。	特に優先順位はございません。本業務の目的を達成するうえで必要なKPI（目標項目と目標値）を具体的に設定して提案してください。
24	過去の観光プロモーションにおいて設定されたKPIおよびその実績値があれば参考としてご教示ください。	公表できるKPI及び実績値はございません。
25	既存の下関市公式SNSアカウントのフォロワー属性や、過去に効果の高かった投稿内容について共有可能でしょうか。	既存の下関市公式SNSアカウントのフォロワー属性については、以下のとおりです。公式Instagramは男女比がほぼ均等で、30代後半～50代前半が中心となっています。公式Facebookは40代後半～65歳以上と比較的年齢層の高いユーザーが中心です。また、過去に効果の高かった投稿としては、「すみっこまちコラボ」に関する投稿が特に反響を得ています。
26	オフライン施策（イベント・交通広告等）の実施は本業務範囲に含まれる想定でしょうか。	情報発信の媒体及び手法として、オフライン施策を提案されるのであれば、業務範囲になります。
27	ブランドガイドラインにおいて、使用可能な既存素材（写真・動画等）は提供いただける想定でしょうか。	「火の山ブランドガイドライン」は、ロゴ、カラースキーム、フォントについて規定していますが、ご提供可能な素材はロゴデータのみです。「火の山ブランドコンセプト」に掲載のある画像やパースを使用する場合は、データを切り取ってご使用ください。
28	今後のインバウンド展開において、優先的に想定されている国・地域があればご教示ください。	山口県のインバウンド施策と同様、韓国・台湾・香港・中国・ASEANを中心に、誘客対策を実施しています。また、本市は「西のゴールデンルートアライアンス」にも参画しており、欧米豪へのプロモーション強化を進めているところです。
29	本プロジェクトにおいて、火の山観光に関わる広報のためSNSアカウントを新規で開設される予定はございますでしょうか？	開設は予定しておりません。本業務の目的を達成するうえで必要であれば、SNSアカウントの新規開設を提案してください。