

鬼文化PR事業 業務委託
公募型プロポーザルにおける質疑回答

令和5年4月17日 回答

番号	質問	回答
1	参加表明書と併せて提出する「法人登記簿謄本」について、下記のどちらを提出したら良いでしょうか？ (1) 現在事項証明書 (2) 履歴事項全部証明書	発行から3か月以内の「現在事項全部証明書」または「履歴事項全部証明書」を提出してください。コピー可。
2	プレゼンテーションについて、参加メンバーの一部のみ、オンラインでつないで参加させていただくことは可能でしょうか？	はい、可能です。ただし、オンラインで参加する環境（ネット設備含む）を現地参加者が整え、プレゼンと質疑応答を行ってください。市役所側ではプロジェクター、スクリーン、HDMIケーブルのセッティングのみ行います。
3	シティプロモーションコンセプトの取り入れ方について、「まちづくりへの挑戦心/攻めの姿勢」とは具体的にどのようなことでしょうか？他地域のPR事例で「攻めの姿勢」を感じたものがあればお教えいただけますと幸いです。	福知山市の事例でお答えをさせていただくと、「鬼のまち」はもちろん、「まちづくりへの挑戦心/攻めの姿勢」があるまち（自治体）」として福知山市のシティプロモーションの文脈でも語る事ができ、市のブランド力を向上させられる企画提案を期待しています。 以下、それが表れている記事を紹介いたします。 1 朝日新聞（2021年12月14日） https://digital.asahi.com/articles/ASPDF76NQP-D8PLZB00Q.html 2 まいどなニュース（2022年7月28日） https://maidonanews.jp/article/14679168 3 NHK 京都（2022年8月25日） https://movie-a.nhk.or.jp/movie/?v=ebh3f6bp&type=video&dir=QWM ※3には鬼文化PR事業は入っていませんが、市のシティプロモーションが掲げるコンセプトのもと、市と市民による複数の事例が紹介されている記事として紹介いたします。

4	鬼資源の活用事業について、現時点で課題に感じていることがあればお教えください。	仕様書にある「事業目的」や「本業務を実施した結果、実現したいビジョン」と現在地にはまだギャップがあるなか、今年度は事業3年目で日本の鬼の交流博物館が30周年なので、節目となるような戦略的なPR活動を行う必要があると思っています。
5	過去、PR活動時には何を成果指標に設定していましたか？	昨年度のKPI設定は、以下のとおりです。 ①鬼関連施策動画のPV数（鬼のまち＝福知山の認知獲得のKPI） ②日本の鬼の交流博物館への来館者の増加率（観光誘致のKPI）
6	福知山市の職員の方に実施企画について、ご協力をいただくことは可能でしょうか？	はい、可能です。できること、できないことはありますが、市職員が入ることで付加価値が生まれるようであれば、できる限り協力いたします。
7	「日本の鬼の交流博物館」を舞台とする企画を行う場合、使用料や制限などはございますか？	施設使用料は発生しません。ただし、有観客企画の場合、観客は入館料を博物館に対して支払います。 制限については「別添6 鬼博スケジュール・館内図」をご確認ください。記載内容以外のことは、受託者と福知山市とで協議のうえ進めていくこととなります。
8	現在運用されている公式HP、公式SNSとは別に、新しくWEBサイトやSNSを立ち上げることは問題ございませんでしょうか？	新しいHP・SNSを立ち上げることは可能です。ただし、HPは福知山市のサーバーを利用することはできません。 運用については受託者と福知山市とで協議のうえ進めていくこととなります。 上記に要する経費は業務委託料に含まれます。
9	「福知山市 ファクトブック 鬼特化版」のP9～10に記載のある鬼にまつわるポイントは活用可能でしょうか？	福知山市が保有するものは、活用可能です。それ以外は、各権利者と調整のうえ進めていくこととなります。 <福知山市 保有> ①日本の鬼の交流博物館 ③鬼モニュメント ⑤雲海（展望台部分のみ）⑦酒呑童子駅 ⑧大江山鬼瓦公園 ⑨大江山鬼瓦工房

		<p>⑩鬼の足跡 ⑪頼光の腰掛岩 ⑫鬼像</p> <p>※⑧は指定管理者制度を導入しており、使用する際に費用が発生する場合があります。その他の場所も、使用方法によっては制限が出てくる場合があります。</p>
10	<p>過去実施事業について、</p> <ul style="list-style-type: none"> ・令和3年度に実施した動画コンテンツの最終の再生回数 ・令和4年度に実施したCM放映の放映エリア <p>を教えてください。</p>	<p>動画コンテンツの再生回数：</p> <p>①「転生したら鬼退治を命じられました」（令和3年12月～令和5年2月）シリーズ合計約97.7万回 （YouTube 89.7万回、Twitter 6.7万回、TikTok 1.3万回）</p> <p>②「ジュニアも知らなかった！福知山の鬼伝説」（令和4年12月～）約10.7万回 CM：テレビ大阪で放送しました。</p>
11	<p>参考資料「別途5 シティプロモーションロジックモデル」の見方（各種色分けの意図・白抜きとベタ塗りの使い分けの意図）を教えてください。</p>	<p>色：3つのブランドで色分けをしています。いがいと！福知山＝ピンク、明智光秀＝青、鬼＝赤</p> <p>テキストボックス：背景色が白のものは、福知山市側のアクション。背景色が色でベタ塗りのものは、ターゲットの想定リアクションです。</p> <p>シートの上部に、より詳しい記載がありますので、ご覧いただけたらと思います。</p>
12	<p>TikTokの利用について、市の方針などがございましたらお伺いできますと幸いです。</p>	<p>福知山市で現在保有しているTikTokアカウントは動画「転生したら鬼退治を命じられました」を投稿するために開設した</p> <p>https://www.tiktok.com/@ten.oni</p> <p>のみになります。「転鬼」のインターネット公開が令和5年2月に終了し、今後のTikTokの活用方法は現時点では未定ですが、リニューアル等の提案をいただくことは可能です。</p> <p>運用については受託者と福知山市とで協議のうえ進めていくこととなります。</p>
13	<p>「日本の鬼の交流博物館」を必ずテーマに含んだほうが良いでしょうか？</p>	<p>「日本の鬼の交流博物館」を必ずしもテーマに含める必要はございません。</p>