

「令和3年度 定住・移住促進等PR業務委託（2021年7月～2022年3月）」  
 企画コンペティションに係る質問票（I）

<p>質問内容</p>	<p>(1) ホームページの制作、維持・更新  <u>・新しい都市ブランド（ロゴ・キャッチコピー等）は市から提供するものとする。</u>  <u>・新しい都市ブランド（ロゴ・キャッチコピー等）を象徴する各分野の紹介コンテンツの制作を行うこと。</u>  <u>※新しい都市ブランド（ロゴ・キャッチコピー等）について、若年層（20代～30代）をターゲットに、感度の高い人材を惹きつけるようなものを7月に発表予定としている。</u>                  とあるが、デザインやHP制作などの提案に大きく影響を与えるため、新しい都市ブランド（ロゴ・キャッチコピー等）を事前に開示してもらうことはできないのか？                  また、事前に開示してもらえない場合は、どのように提案を評価するのか？</p> <p>(2) PR業務                  ② 本市の地方創生の新しい都市ブランド（ロゴ・キャッチコピー等）を活用したデザインを制作し、広告展開すること。  <u>・広告イメージはモデルを起用したものとする。</u>ただし、モデル起用や広告イメージについては本市クリエイティブディレクターを含め、市と協議したものとする。                  とあるがモデル起用について企画意図を教えてください。                  例) 北九州らしわ出すため北九州出身のタレントモデルの起用                  例) 著名なタレントを起用してPR効果の増大を図る。                  例) 単純に人（モデル）を起用したデザインであればよい。                  など。</p>
<p>回答</p>	<p>(1) 新しい都市ブランド（ロゴ・キャッチコピー等）については、事前の開示はいたしません。新しい都市ブランドについては、業者決定後、共有いたしますので、制作にあたってのデザインについては、協議の元、進めてまいりたいと考えていますが、制作会社のこれまでの実績なども含めて、若年層（20代～30代）をターゲットに、感度の高い人材を惹きつけるようなデザインの提案を評価します。</p>

	<p>(2) モデルについては、決して本市出身にこだわりませんが、本市の定住移住を PR する上で、モデルとなる人物と本市との関係性は重要であると考えています。また、都市圏での広告展開を予定していることから、都市圏の若年層（20～30 代）に興味を惹くために、モデルとなる人物の知名度や話題性も重要であると考えますが、著名なタレントである必要はありません。広告のビジュアルや話題性に関する企画案をご提案ください。</p>
--	--

「令和3年度 定住・移住促進等PR業務委託（2021年7月～2022年3月）」  
企画コンペティションに係る質問票（Ⅱ）

<p>質問内容</p>	<p>(1) ホームページの制作、維持、更新の箇所 市から提供される「新しい都市ブランド（ロゴ・キャッチコピー等）」とは、3月より展開されている「ニュー北九州シティ」と関連するものなのでしょうか。 また、上記実問項目と関連して、今回提案するコンセプトやデザインは「ニュー北九州シティ」のトーン&amp;マナーを意識した方が良いでしょうか。</p> <p>(2) PR業務 モデルはマストで要件でしょうか？</p>
<p>回答</p>	<p>(1) 「新しい都市ブランド（ロゴ・キャッチコピー等）」について、「ニュー北九州シティ」との直接の関連はございませんので、トーン&amp;マナーを意識する必要はございません。また、新しい都市ブランドサイトのデザインについては、ロゴやキャッチコピーと密接に関連するため、市からロゴ等のデザインを提示した後に協議が必要となり、ご提案いただいたデザインから変更となる可能性もございますのであらかじめご了承ください。 ご提案いただいたページデザインについては、これまでの実績と合わせてデザイン力の評価とさせていただきます。</p> <p>(2) モデルについては、決して本市出身にこだわりませんが、本市の定住移住をPRする上で、モデルとなる人物と本市との関係性は重要であると考えています。また、都市圏での広告展開を予定していることから、都市圏の若年層（20～30代）に興味を惹くために、モデルとなる人物の知名度や話題性も重要であると考えますが、著名なタレントである必要はありません。広告のビジュアルや話題性に関する企画案をご提案ください。</p>

「令和3年度 定住・移住促進等PR業務委託（2021年7月～2022年3月）」  
企画コンペティションに係る質問票（Ⅲ）

<p>質問内容</p>	<p><b>1 昨年度の実績について</b></p> <p>(1) 昨年度の北九州市への定住・移住に関する相談・問い合わせ件数を教えてください。</p> <p>(2) 上記相談・問い合わせをした人の属性（年齢や職業等）を教えてください。</p> <p>(3) 上記相談・問い合わせをした人の相談内容を教えてください。</p> <p>(4) 昨年度、実際に県外・福岡市より北九州市に移住した人の件数を教えてください。</p> <p>(5) 上記実際に県外・福岡市より北九州市に移住した人のきっかけとなったものが何か、把握されているものがあれば教えてください</p> <p><b>2 ホームページの制作、維持、更新</b></p> <p>(1) 都市ブランド発信サイトおよび②北九州ライフのリニューアル双方とも公開時期などスケジュールに関する記載がありませんが、イメージがあれば教えてください。</p> <p>(2) 今回、都市ブランド発信サイトのデザインも審査項目となっていますが、仮に提案するコンセプトやデザインが、「新しい都市ブランド（ロゴ・キャッチコピー等）」とイメージ等が乖離している場合、どのような調整となるのでしょうか。</p> <p>(3) 都市ブランド発信サイトの構成イメージが添付資料にありますが、この構成を遵守しなければならないのでしょうか。</p> <p>(4) ターゲット部分に記載されている「感度の高い人材」について具体的なイメージを教えてください。</p>
-------------	---

	<p>(5) ②北九州ライフのリニューアルについて、「お問い合わせが各相談員のメールアドレスに送付される仕組みを構築」とありますが、お問い合わせをした方に対してはメールでの返答を想定されているのでしょうか。</p> <p>(6) ①と②は、「委託契約終了後もデザインやコンテンツなどを引き継げるようにすること」とありますが、Photoshop や Illustrator 等のデータ納品も含まれるのでしょうか。</p> <p><b>3 PR業務</b></p> <p>(1) ②「広告イメージはモデルを起用したものとする」と記載がありますが、モデルを起用する意図と、具体実施イメージを教えてください。(市で起用するモデルを弊社作成の広告で使用する、弊社でモデルをキャスティングする必要がある、など)</p> <p><b>4 移住セミナー等の実施・運営</b></p> <p>(1) 今回の移住セミナーの首都圏・福岡市それぞれの実施場所や規模のイメージを教えてください。(リアル・オンラインの場合両方)</p>
<p style="text-align: center;"><b>回答</b></p>	<p>1- (1) 昨年度の移住相談件数は以下のとおりです。  東京事務所▶ 119件 (新規相談件数)  地方創生推進室▶ 92件  北九州市移住相談員▶ 27件 (8月より設置)</p> <p>1- (2) 移住相談実績の属性は以下のとおりです。  <b>【東京事務所】</b>  (男女別) 男性71名、女性46名  (年代別) 10代 0.0%      20代 11.8%  30代 23.5%      40代 19.3%  50代 20.2%      60代 8.4%  70代 0.8%      不明 16.0%</p> <p>(Uターン/Iターン/Jターン区分)  Uターン 44.5%      Iターン33.6%  Jターン9.2%      不明 12.6%</p>

	<p>1－（3）主な相談内容は以下のとおりです。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 移住支援（補助金関係）のこと。</li> <li>・ 交通の便の良いエリア等、北九州市のこと全般</li> <li>・ 子育て環境（保育所の空きなど）</li> <li>・ 住まい探しについて</li> <li>・ 仕事探しについて</li> </ul> <p>1－（4）昨年度のすまいるクラブ会員（本市への移住を検討されている方向けの会員制度）のうち、移住者数は以下のとおりです。</p> <p>（移住者数）</p> <p>101名【制度創設以降（H28年度）以降過去最多】</p> <p>※上記移住者数のうち福岡市からの移住は6名</p> <p>1－（5）把握している主なきっかけは以下のとおりです。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 首都圏での生活が疲れたので、海などの自然が豊かなところに移住したいが、ある程度の都市機能は欲しい。</li> <li>・ 地方に戻り、ワークライフバランスを重視した働き方をしたい。</li> <li>・ 子育て環境の良いところで子供を育てたい。</li> <li>・ 街と自然が近い北九州市へ移住をしたい。</li> <li>・ 両親が北九州市におり、介護や面倒を見る必要がある。</li> </ul> <p>2－（1）①都市ブランド発信サイトについては、夏から秋にかけて、②北九州ライフについては、秋から冬頃（2021年内）をイメージしておりますが、特段の定めはございません。</p> <p>①、②いずれも早めに公開したいと考えております。</p> <p>2－（2）新しい都市ブランドサイトのデザインについては、ロゴやキャッチコピーと密接に関連するため、市からロゴ等のデザインを提示した後に協議が必要となり、ご提案いただいたデザインから変更となる可能性もございますのであらかじめご了承ください。</p> <p>具体的な調整方法については、本市クリエイティブディレクターの意見等を踏まえ、修正していただくことを想</p>
--	--

	<p>定しています。</p> <p>2－(3) 参考のためのイメージですので、順守する必要はございません。</p> <p>2－(4) クリエイティブの力でビジネスをしている個人を想定しています。(デザイナー、プログラマー、ライター、ダンサー、アーティスト、起業家、飲食業など)</p> <p>2－(5) お見込みのとおりです。ただし、お問い合わせをされた方がメール以外の連絡を希望されていれば、希望に沿って返答することも想定しております。</p> <p>2－(6) 必ずしも全てのデータを納品いただく必要はありません。ただし、委託契約終了後も本ホームページを継続して管理・運営を行うことを想定しているため、サイトのロゴなどサイトのブランディング維持に必要な素材に関しては別途指示し、ご提供いただきます。</p> <p>3－(1) モデルについては、決して本市出身にこだわりませんが、本市の定住移住を PR する上で、モデルとなる人物と本市との関係性は重要であると考えています。また、都市圏での広告展開を予定していることから、都市圏の若年層(20～30代)に興味を惹くために、モデルとなる人物の知名度や話題性も重要であると考えますが、著名なタレントである必要はありません。広告のビジュアルや話題性に関する企画案をご提案ください。</p> <p>4－(1) 昨年度は全てオンラインで実施致しました(3回で計50名)。今年度については、首都圏をメインに同程度の規模で移住セミナーを行っていただくことを想定しておりますが、その他、効果的な実施方法があれば、そのご提案を妨げるものではありません。</p>
--	---

「令和3年度 定住・移住促進等PR業務委託（2021年7月～2022年3月）」  
企画コンペティションに係る質問票（Ⅳ）

<p><b>質問内容</b></p>	<p>（1）2社以上の共同企業体での参加は可能でしょうか。（各社と共同で取り組み、それぞれの得意分野を生かした業務を遂行したいと検討しております）</p>
<p><b>回答</b></p>	<p>（1）もちろん可能です。業務実施体制について、協力会社との役割分担等、詳細に記述ください。</p>