

北九州市首都圏認知向上・魅力発信調査事業に係る質問書への回答

No.	質問内容	回答
1	現在、北九州市が認識している、首都圏における認知・イメージ・情報発信上の主要課題は何か。	認知・イメージ面については、首都圏において北九州市の名称は一定程度認知されている一方、本市の現在の姿や多様な魅力について、十分に知られていない層も存在すると認識している。 情報発信面については、本市が有する地域資源や魅力について、首都圏の生活者等のニーズや情報収集行動等を踏まえ、より効果的な訴求テーマ、切り口及び発信手法を検討していく必要があると考えている。 なお、これらは東京事務所における日頃の業務等を通じた現時点での認識であり、具体的な課題については、本業務における調査・分析を通じて客観的に把握・整理することを想定している。
2	過去の認知度・イメージ調査や、PR施策の成果・課題等があれば、共有いただけるか。	首都圏を対象とした体系的な認知度・イメージ調査を実施した実績はない。 一方、これまでの主なPR施策として、平成29年度から令和2年度まで「KitaQフェス」を開催しており、4年間の来場者数は合計34,250人であった。本イベントは、首都圏における北九州市の魅力発信や、本市にゆかりのある方々等との継続的な関係づくりにつながったものと認識している。
3	業務終了時点で、北九州市としてどのような状態・成果を期待するか。	本業務の調査・分析結果を基に、北九州市のどのような地域資源や魅力が、首都圏のどのような層に、どのような切り口や手法で訴求できるのかが整理され、次年度以降の具体的な取組に着手できる状態を期待している。
4	首都圏生活者調査のサンプル数・調査手法等に最低限の要件はあるか。	サンプル数や調査手法について、最低限の要件は設けていない。 本業務の目的、事業費及び実施期間を踏まえ、首都圏における北九州市の認知度、イメージ、来訪意向、情報収集手段、地方都市への関心等を適切に把握できる、最も効果的と考えられるサンプル数及び調査手法を提案いただきたい。
5	東京事務所が現在行っているPR施策・ネットワーク・課題を共有してほしい。	東京事務所では、主に次の取組を行っている。 ・Instagramによる北九州市のイベント、観光、食、ふるさと納税、北九州市応援ショップ等に関する情報発信 ・LINE公式アカウントを活用した「KitaQサポーターinTOKYO」への継続的な情報発信 ・北九州市出身者、地元高校・大学等の同窓会関係者、過去に北九州市に居住・勤務した方など、本市にゆかりのある方々や団体との継続的な関係づくり ・首都圏において、本市ゆかりの方が経営する店舗や本市の食材を使用する店舗等を「北九州市応援ショップ」として認定し、本市の情報発信拠点として活用する取組 令和8年8月時点では、応援ショップは50店舗、KitaQサポーターは3,519人、東京事務所のInstagramフォロワーは1,620人となっている。 課題については、No.1を参照。
6	SNS等による情報発信について、投稿・動画・広告等の最低限の実施量や媒体指定はあるか。	投稿数、動画本数、広告出稿量等の最低限の実施量や、使用するSNS・広告媒体の指定は設けていない。 本業務の目的や調査・検討結果等を踏まえ、効果的と考えられる情報発信の内容、手法、媒体及び実施量等を提案いただきたい。
7	成果物の「情報発信ツールの作成」「企業間連携」で想定されていることはあるか。	現時点で、具体的な情報発信ツールの種類や連携先企業を想定しているものではない。提案者が有する企業・店舗・メディア・クリエイター等とのつながりや、情報発信力、企画力、商品開発力等の強みを生かした提案をいただきたい。
8	実施説明書6について、グループでの参加を予定しているが、代表法人が全体の予算額（事業費）の半分以上を担当又は分担しなければならないといった条件や指定はあるか。	そのような条件や指定は設けていない。
9	仕様書5（2）について、現地調査とはどのような調査をイメージしているか。	市内企業、事業者、関係団体、地域関係者等との打合せやヒアリング、観光地、商店街、文化・産業関連施設等の視察など、実際に北九州市内へ足を運んで行う調査を想定している。 現地で地域資源の状況や特徴、関係者の意向等を直接確認し、首都圏のニーズとの親和性や、首都圏への訴求可能性を分析していただきたい。

北九州市首都圏認知向上・魅力発信調査事業に係る質問書への回答

No.	質問内容	回答
10	仕様書5（3）について、市として特に重視・注力したい施策分野はあるか。また、提案者側で、ターゲットや課題に応じた優先度の設定を含めて、自由に整理・提示して差し支えないか。 あわせて、「東京事務所を拠点として今後展開する」に当たり、企画提案書の作成時点で考慮すべき東京事務所の既存施策、活用可能なネットワークや体制等の前提条件・制約事項はあるか。	現時点で、市として特定の施策分野を優先することは想定していない。提案者側で、ターゲットや課題に応じた優先度の設定を含め、自由に整理・提示して差し支えない。 また、企画提案書の作成に当たり、東京事務所の既存施策、ネットワーク、体制等に関する特段の前提条件や制約事項は設けていない。本業務の目的、事業費及び実施期間を踏まえ、最も効果的と考えられる取組の方向性を提案いただきたい。 なお、業務の実施に当たっては、必要に応じて、東京事務所が企業等とのアポイント調整に協力するほか、ヒアリングや打合せ等に同行することも可能である。
11	仕様書5（4）について、企画提案段階では、現時点で想定される具体的な方向性やアイデアまで提案する必要があるか。それとも、仕様書5（1）及び（2）の調査結果を踏まえて方向性を導き出すための「分析手法、検討フレームワーク及びプロセス」の提案を中心とする想定であるか。	実証事業の具体的な方向性については、実際には仕様書5（1）及び（2）の調査結果を踏まえて整理することとなる。 このため、企画提案段階で特定の実証事業の内容を確定的に提案することを求めるものではない。 一方、分析手法、検討フレームワーク及び検討プロセスに加え、提案者が有する知見、ノウハウ、ネットワーク、広告媒体その他のリソースを活用することで、どのような取組が実現できると考えているのか、現時点で想定する方向性やアイデアを示していただきたい。