

延岡城・内藤記念博物館 テレビCM制作・放映業務委託 業者選定プロポーザルにかかる質問への回答

No	質問内容	回答
1	現在、放送局は世帯視聴率よりも個人視聴率を重視しており、放送局によってはGRP（世帯延べ視聴率）を出せないところがある。その場合の対応をどうするか。	実施要領内のGRPの記載については、すべてPRP（個人延べ視聴率）に読み替えて企画提案を行っていただくこととします。ホームページ掲載の実施要領内の記載もGRPについてはすべてPRPに変更することとします。
2	訴求したいターゲット層の指定はあるか	特に指定はなく、男女問わず幅広い年齢層に訴求する内容が良いですが、一般的に博物館を利用することの多い層は、高齢者や小中学生となりますので、その層がメインターゲットとなると考えています。
3	CMに出す収蔵資料などの指定はあるか	特にありません。
4	他の広報物などの制作があるか	ポスターやチラシ、リーフレット、情報雑誌などを制作済です。
5	開館記念グッズ等の制作はあるか	クリアフォルダ、延岡城御城符を制作済です。
6	館のコンセプトや狙いについて	館のコンセプトは、「延岡の歴史を学び継承し、未来を創造する拠点」です。本館は国宝や重要文化財の展示も想定した施設設計となっており、今後、文化庁の「公開承認施設」を目指していきます。

7	具体的な施設内容について	延岡城・内藤記念博物館HPをご覧ください。 http://nobeoka-naito-museum.jp
8	想定しているターゲット層について	質問No.2の回答をご覧ください。 年間の来場者数の見込みとしては今年度は年間2万5000人を見込んでいます。※来年度は年間5万人
9	PRのメイン、施設の強みとなる部分はどのような点か	仕様書のとおり、PRのメインとしては、「新たな博物館施設の開館」であり、施設の強みとしては国宝や重要文化財の展示も想定した施設設計となっている点です。
10	市外・県外に対し、延岡の観光スポットとしてPRするという考えでよいか	市外・県外の方々についても、来館意欲の醸成を図ることを目的としているため、新たな観光スポットのPRという考え方で問題ありません。
11	どのような目的で来館してほしいと考えているか	博物館だけでなく、周辺の城山公園などをはじめ、市内観光スポットも含めて回遊していただけるような目的で来館していただきたいと考えています。
12	予定されている展示企画。イベントスケジュールについて	①令和4年9月23日～11月6日 開館記念特別展「譜代大名 内藤家」 ②令和5年2月11日～3月21日 開館記念特別展「20世紀の巨匠」※美術展
13	企画展の告知ではなく、施設自体のPRをするという認識で間違いないか	間違いありません。