

項目	質問内容	回答
1 入札参加資格届出書について	令和 8・9 年度 競争入札参加資格審査申請【業務委託（追加受付）】について 上記申請書類は、郵送のみの対応となりますでしょうか？ 参加表明手続と合わせて、「競争入札参加資格審査申請」書類を電子メールで事務局アドレスに送付することは不可でしょうか？	申請書一式の提出方法は、市内業者は持参、市内に本店を有しない業者は郵送のみの対応となります。提出は日向市役所 総務部 総務課 契約係（本庁舎2階1番窓口）です。 メールでの提出は認めておりませんが、受付後に補正が必要な場合はメールにて連絡を行う場合がございます。
2 参加表明手続について	様式1-3「業務実績」に添付する「実績証明書等」についてお伺いいたします。 契約書の写し以外の書類を提出する場合、業務内容および受託実績が確認できる報告書・実施報告レポート等を実績証明書類として提出することは可能でしょうか。また、実績を証明できる書類として認められる資料の例がございましたら、ご教示ください。	実績として報告書やレポート等を提出いただくことは可能ですが、過去の実績における成果ではなく、実績の有無を確認することのみを目的としています。また、提出後に実績の証明に関して事務局が不備があると判断した場合は、再度提出をお願いする場合がございます。
3 提出書面開示範囲について	参加表明書類 様式1-3 業務実績について 上記、業務実績の情報はどの範囲まで公開される資料となりますでしょうか。 （例：審査委員限定での閲覧、日向市経済戦略部ふるさとプロモーション課内のみでの取扱い等） ※業務実績には守秘義務に関わる内容が含まれる可能性があるため、開示範囲について事前に確認させていただきたく、ご質問申し上げます	ご提出いただいた業務実績の情報は、日向市経済戦略部ふるさとプロモーション課内のみでの取り扱いとなります。
4 ターゲット層の属性について	「休み・リラックスを求める層」のほか、市として特に訴求したいライフスタイルや価値観（ワーケーション志向、アクティビティ志向、自然志向など）がございましたらご教示ください。	本市が本プロモーションを通じて最も訴求したい価値観は、効率が重視される現代社会において、「心と体に『余白』をもちたライフスタイル」の重要性です。 具体的ライフスタイルとしては、単一のものに限定するものではなく、例えば、本市が誇るサーフィンなどの自然環境の中で全力でリフレッシュする「アクティビティ志向」の過ごし方や、今年度実施する保育園留学のように、自然の中で子育てをしなからリラックスして働く「ワーケーション志向」、さらには、人の温かさや居心地の良さを感じながらゆったりと過ごす「日常のゆとり」など、多様な形を想定しています。 重要なのは、「休むこと」が明日への活力や創造性を高める源泉であるという価値観を提示することと考えています。日向市ならではの豊かな自然や風土、いわゆる「日向時間」を通じて、誰もが自分らしい「休み」を見つけられる街であることを、強く訴求したいと考えています
5 ターゲットエリアの優先順位について	仕様書第4条に「都市部在住の20～30代」とございますが、本事業において市が特に重視（アプローチ）したい具体的なエリア（例：首都圏、関西圏など）の想定や優先順位はございますでしょうか。	首都圏のみならず、関東、近畿、東海、九州の各エリアを特に重視しています。その中で、優先順位は特にございません。
6 業務の目的について	本事業において、「関係人口の創出・拡大」「認知拡大」「ブランドイメージ向上」など複数の目的が示されていますが、審査において最も重視される成果・評価観点がございましたらご教示ください。	示された各目的（関係人口の創出・拡大、認知拡大、ブランドイメージ向上）に対して、提案内容全体としてどのような効果が見込めるのか、またその根拠や実現可能性が明確であるかを総合的に評価します。あわせて、実施体制、スケジュール、費用対効果なども勘案しながら評価基準に基づき、評価します。
7 企画立案および戦略策定について	過去に実施したシティプロモーションやインフルエンサー施策がございましたら、実施内容や成果・課題をご教示いただけますでしょうか。また、本件において理想とする露出イメージ、投稿例がございましたらご教示いただけますと幸いです。	本市では、平成28年度に「サーフタウン日向プロモーション事業」を開始し、動画等を活用したプロモーションを展開しました。今年3月からはサーフィンに限らないプロモーションとして「世界でいちばん、休める街へ」をブランドコンセプトに掲げ、新たにプロモーションを開始しています。 「休むこと」が明日への活力や創造性を高める源泉であるという価値観を提示するため、日向市ならではの豊かな自然や風土、いわゆる「日向時間」を通じて、誰もが自分らしい「休み」を見つけられる街であることを、強く訴求したイメージとしていただきたいと思います。
8 企画立案および戦略策定について	日向市として、2026年現在重点的に発信したい観光資源・特産品・事業者・エリア等がございましたらご教示ください。	「ヒュー！日向」ホームページ（ https://www.phew-hyuga.jp/ ）上に掲載のある素材について、重点的に発信したいと考えています。
9 インフルエンサー等の選定および招聘について	与件にあったインフルエンサーをご提案できればと存じますが、現時点での理想がございましたら、規模感や（フォロワー数）やカテゴリなどをお伺いできますと幸いです。また、市として期待される目安（リーチ数・再生数等）がございましたらご教示ください。	提案者にて適切なインフルエンサー像をご提示いただき、予算の範囲内で最大限の効果が見込める内容をご提案ください。
10 招聘・撮影時期の希望について	12月までのコンテンツ公開にあたり、市として「この時期（季節・イベント・観光資源等）に招聘・撮影してほしい」という具体的なご要望や、逆に避けるべき時期などはございますでしょうか。	市として撮影希望時期および避けるべき時期としての特段の指定はございません。撮影時期はご提案内容に応じてご調整いただければと存じます。なお、コンテンツの公開については、指定された期日内の遵守をお願いいたします。
11 「取材・コンテンツ制作」と「インフルエンサー投稿」の関係について	仕様書第6条(4)に「招聘を通じて……コンテンツを制作」とございますが、これは「現地に招聘したインフルエンサー自身が出演する動画・画像を制作・撮影すること」という認識でよろしいでしょうか。また、制作するコンテンツは「インフルエンサーが自らのSNSで投稿するもの」と「市公式SNS等で二次利用・発信するためのもの」で別々に制作・納品が必要なのか、それとも同一のコンテンツ（あるいは連携投稿）を想定されているのか、市の想定されるイメージをお聞かせください。	前半の内容についてはお見込みの通りです。また、制作コンテンツについては別々に制作・納品していただくものと想定しております。
12 データベースの構築について	「PR素材のデータベース構築」とありますが、こちらのデータベースの具体的な活用方法をお伺いできますでしょうか。（例：メディア向けオフィシャル素材としての活用、など）	PR素材のデータベース構築については、本市のプロモーションに関する情報を整理・蓄積し、本事業後も継続的なプロモーション検討に活用するための情報基盤として位置付けております。そのため、メディア向けのオフィシャル素材として配布・公開していくことを目的とするものではございません。
13 公開の本数の対象について	仕様書第6条(5)に「動画等の発信コンテンツは令和8年12月までに少なくとも3本以上を公開」とございますが、この「3本以上」とはインフルエンサー自身のSNSアカウントで投稿される動画・コンテンツの数を指すのでしょうか。それとも、受託者（制作会社）が制作し、市公式SNS等で公開する動画等も含めた合計本数のことでしょうか。	インフルエンサー自身のSNSアカウントで投稿される動画・コンテンツのみの合計本数を指します。
14 成果物の二次利用範囲について	仕様書第12条(4)にて「市が運営するSNSにおける投稿・再投稿は可能」とございますが、SNS以外（例：市の公式WEBサイトへの掲載、行政広報誌・パンフレット等への画像利用など）への二次利用権限までを提案・契約範囲に含めるご要望はございますでしょうか。	SNS以外への二次利用は想定しておりませんので、二次利用権限について提案・契約範囲に含める要望はございません。