

仕様書等の補足説明資料

関連文書	内容	補足説明文書
仕様書「４業務の目的」	業務目的に「記録映像の制作」と「閉鎖後の池島への誘客につながる魅力発信ツール」の２つが示されていますが、これら２つの目的では企画・構成・演出の考え方が大きく異なります。つきましては、長崎市として、いずれに重点を置くのか、ご精査いただきたくお願いいたします。	本映像以外にも、今年度ＶＲを制作することとしています。ＶＲの制作範囲は、現在池島炭鉱体験施設のツアーで体験できる範囲を想定しており、坑道内がメインとなります。 本業務の位置づけ 本業務委託は、以下を目的としています： ●現在池島炭鉱体験施設ツアーで体験できる内容（坑道内）を記録として残す ●現在の池島島内の様子を映像として記録し、将来的な歴史資料としての価値を持たせる ●重点： 上記２点の記録を炭鉱閉鎖後の池島への誘客につながる魅力発信ツールとして活用する
仕様書５「業務の内容（２）②」	動画の２０分程度・５分程度・１５秒程度（ＰＲ用・縦横）の４本制作することとしています。どこで活用して、誰に向けた映像なのか。	※資料２ページ目をご確認ください。
説明書「７提案書等の提出」	提案書と併せて映像の提出も許可されるのか。	映像の提出も許可します。ただし、審査会で放映をする場合、放映時間もプレゼンテーションの時間として含めますので、ご留意ください。

令和８年７月３１日（金）に第１回審査委員会を開催し、審査委員より指摘を受けた内容をもとに作成しております。

★各動画の目的の精査

映 像	主目的	対象者	主な活用方法
20 分程度	池島炭鉱体験施設内のみならず、池島島内の「今」の魅力を映像化し、長崎市を訪れる観光客が、池島まで足を運びたいと感じるきっかけとなる映像とする。なお、20 分程度の映像は、本業務で制作する 5 分程度（ダイジェスト版）・15 秒程度（PR 用）縦型及び横型の動画の基となる映像として活用。	観光客・旅行会社・観光関係者	長崎市の公共施設、市のホームページ（旅行会社向け）、動画配信サイト
5 分程度	市のホームページや観光案内、動画配信サイト等で活用する標準的な PR 映像	観光客・旅行検討者・メディア	市のホームページ（観光客向け）、観光案内、動画配信サイト等
15 秒程度（横）	デジタルサイネージで認知を拡大し、本編へ誘導	幅広い一般層	デジタルサイネージ
15 秒程度（縦）	SNS で認知を拡大し、本編へ誘導	SNS 利用者（特に若年層）	SNS

※本業務委託仕様書の「5 業務の内容 （1）①池島炭鉱体験施設閉鎖後に池島炭鉱について次世代の子どもたちや観光客への情報伝達や魅力発信に資する内容とするこ

と。」と明記しております。本映像を制作した結果、本映像が観光客への情報発信のみならず、次世代の子どもたちに魅力を伝える記録にもなるという意図になります。