

令和6年度萩博物館夏期特別展
展示制作・広報宣伝等業務に関するサウンディング型市場調査
実施結果の概要

萩博物館は令和6年度に「開館20周年」を迎えるにあたり、親子向けの夏期特別展のテーマを「海の妖怪」と定め、アフターコロナの親子のニーズに合った体験・体感型の展示や、コロナ禍の間に流出したと思われるターゲット層を取り戻したり近県から新規開拓したりできる広報手段を考案・実施する予定です。これにより、当館のプレゼンスを発揮し、今後の萩観光を牽引する新ブランドを構築したいと考えています。

そこで、この展示会に関わる展示制作や広報宣伝等の事業を委託する事業者を選定する公募型プロポーザルを実施する前に、事業者との対話を通じて効果的かつ現実的な方法を検討するためのサウンディング型市場調査を実施しました。

1. サウンディング実施の経緯

- (1) 実施要領等の公示：令和6年2月16日（金）
- (2) 現地説明会の開催：令和6年2月22日（木）
- (3) 対話の実施：令和6年3月14日（木）
- (4) 実施結果概要の公表：令和6年3月21日（木）

2. サウンディングの参加者

- (1) 現地説明会の参加者：5者
- (2) 対話の参加者：4者（グループ構成1者）

3. 対話結果の概要

下記の通り、各々の項目について提案や意見をいただき、論議をしました。

(1) 展示制作

- ・アナログ・デジタル・照明などを活用した動的な展示技法や体験仕掛けの方向性について提案がありました（1者）。
- ・展示コーナー「海の異界へ潜入せよ」における現案（現地説明会で示した案）に対する課題や対応策について提案がありました（1者）。
- ・展示コーナー「船幽霊」「妖怪の本性を見破れ」の体験仕掛けについて、円滑かつ効果的な手法や、混雑等の課題の提起と対策案の提示がありました（2者）。
- ・展示資料に没入できる仕掛けについての事例のご説明と、本展および萩博物館での導入のご提案がありました（1者）。

(2) 展示映像

- ・展示制作・広報宣伝を含む本展プロジェクト全体の成功を考え、展示映像を効果的に利用・展開する方法についての提案や論議がありました（2者）。

- ・映像の制作スケジュールや、留意すべき課題とその対策についての提起がありました（１者）。

（３）広報宣伝

- ・広報宣伝のターゲットと目的は、第１に小学３年を中心とする山口県内の小学生とその保護者（競合やコロナにより流出した人々を取り戻す）、第２に近県の小学生・保護者や妖怪・珍魚が好きな層（新規に開拓）、第３に全国に散在する「妖怪ファン」（少しでも情報を届けて注目してもらう）の３点であることを相互確認しました（４者）。
- ・テレビ CM、ポスター・チラシ以外で事業者が担うことになる広報手段の内容やターゲット設定についての質問や提案がありました（４者）。
- ・チラシ配布と、それ以外の広報手段とのバランスを再検討する提案がありました（１者）。
- ・実行委員会（または萩博物館）自身でも取り組んだ方がよい広報手段、それと事業者が担う広報手段とを連動させる必要性和方法について提案がありました（１者）。
- ・全国に散在する「妖怪ファン」に本展を広く浸透させ、来場させることのできる広報手段についての提案がありました（１者）。

（４）本展全体

- ・本展は「体験・体感型」展示会であることを PR したいこと、また、メインビジュアルを考案する上でのキーワードは、少なくとも「海」「妖怪」「陰陽師（呪術）」となることを確認しました（４者）。
- ・本展全体の世界観をどのようにするか、また、その具体的な工夫についての提案がありました（２者）。
- ・本展の会場と、館外の施設との連携内容についての仕掛けや工夫の提案がありました（２者）。

（５）その他

- ・業務が展示制作／広報宣伝に２分割された場合、「メインビジュアルの制作」と「展示映像の制作」をどちらの業務に含めるかについて、メリットとデメリットの論議や再検討案の提案がありました（３者）。
- ・業務が展示制作／広報宣伝に分かれ、別々の事業者が受注したとしても、双方がいかに「展示の世界観」を共有して連動性を担保するかについて提起がありました（２者）。
- ・業務を進める上で、発注者・受注者の間で効率的かつ実効力のあるコミュニケーションをとる手法について提案がありました（１者）。
- ・この先行われるプロポーザルにおける事業者の企画提案項目の案について、論議し確認しました（４者）。
- ・受注後に業務を円滑かつ効果的に進めるスケジュールについて、具体的な提案がありました（１者）。

４．サウンディング結果を踏まえた今後の方針

当実行委員会事務局では、本事業の実施に向け、このたびのサウンディングの結果を参考に展示制作・広報宣伝等業務の仕様書案を作成し、実行委員会総会（３月２６日（火）開催予定）に諮る予定です。その上で、事業者を選定するための公募型プロポーザルの公告（３月下旬）、その現地説明会（４月上旬）、事業者による企画提案書等の提出（４月中旬）、審査会及び事業者選定（４月中～下旬）へと進めていく予定です。プロポーザルに関する具体的な日程や実施要領は別途公示します。