

福知山PR戦略総合推進事業 委託業務 仕様書

1. 業務名

福知山PR戦略総合推進事業 委託業務

2. 委託期間

契約締結日から平成33年(2021年)3月31日(水)まで

3. 業務目的

わが国の地方自治は、人口減少や少子高齢化、それに伴う財政の悪化や地域間格差の拡大などが深刻な問題となり、ふるさと納税や人口の奪い合いなどの自治体間競争が激しさを増している状況にある。

本市においては、平成30年4月に自治基本条例が施行し、市民の自治と協働によるまちづくりをさらに推し進めるとともに、北近畿の中心拠点市としての機能及び価値を高め自治体間競争に勝ち残るべく、あらゆる施策を総動員して取り組んでいる。また平成29年度よりシティプロモーションを積極的に推進しているところである。

そうした市の取組みの付加価値を最大化させるため、シティプロモーションならびにパブリックリレーションズ(以下PRという。)の考え方にに基づき、

- (1) 福知山市のイメージ向上と定着、認知度の向上
 - (2) 福知山市に魅力を感じ、具体的な接点をもつ関係人口・交流人口の拡大
 - (3) 上記2つを通じた市民のシビック・プライドの醸成・定着
- を目指し、中期PR計画を踏まえ、戦略的なPR活動を展開する。

委託事業者は、福知山市とともに福知山のPR戦略を構築するとともに、専門人材によるチームを組み戦略に基づいたPR活動を実施する。

4. 実施体制

【提案内容】

専門的知識や豊富な実践経験を有する人材により、市政に関連する様々なトピックスを含めた「福知山PR戦略推進事業」を総合的にプロデュースし、効果的なPR活動を展開できるチーム体制案を明示のこと。(提案事業者は一事業者だが本業務の一部を再委託や請負わせるチーム体制案、また共同企業体での参加も可とする)

【配置イメージ】

- (1) 月に1回程度、「PR戦略会議」にて総合的な戦略を職員と協議し、事業の執行を監督できるプロデュースチーム(または担当者)
- (2) ひとつひとつの活動の執行を管理し、進捗報告等を行うディレクティングチーム(または担当者)
- (3) 事業効果の最大化のためのメディアリレーションズ・プロモーションチーム(または担

当者)

(4) その他、デザイナー・ライター等クリエイティブチーム(または担当者)等、本業務に必要なチーム(または担当者)

を配置し、定期的なミーティングを行い事業効果の最大化を目指すものとする。

5. 業務内容

上記「事業目的」を踏まえ、以下(1)～(3)の業務を実施するものとする。

(1)「知られざる明智光秀プロジェクト」

(予算の目安 平成31年度:12,200 千円 平成32年度:27,000 千円

※各年度の委託料内であれば流用可)

【本業務を実施した結果、実現したいビジョン】

明智光秀が主人公の2020年大河ドラマ「麒麟がくる」を絶好の機会として、光秀が築いた城下町・福知山のブランドイメージを確立させ、有形・無形の「大河レガシー」を残すこと。全国の人が、「福知山」と聞いて「明智光秀」「福知山城」といった単語や画を思い浮かべるだけでなく、そこから広がる「ストーリー」「ひと」にまで関心・共感を持つようになること。また福知山市民自身も、市外からの反応等を通じてまちの魅力や自分たちの個性を再認識し、福知山市民であることを誇りに思うこと。

【提案内容】

福知山市の明智光秀にまつわるリソース(「明智光秀が築いた城下町 福知山」特別大使 クリス・ペプラーさん、明智光秀イメージ調査等)も生かしつつ、提案者独自のリソースやノウハウを活用しながら、上記ビジョンを達成できる戦略を立案し、福知山市ならではの特徴的なPR活動を提案すること。

※活動内容の提案だけではなく、そこからビジョン達成までの道筋も示すこと。

【ターゲット】

市外では首都圏、関西都市圏をメインターゲットと想定し、メディア等を通じて、また市民の発信力も生かしてリレーションズを築く範囲を広げていくことを想定しているが、さらなるターゲットの追加・具体化、またはより適切なターゲットがある場合は提案すること。

【その他】

平成31年度予算で、小学生・中学生向け明智光秀リーフレットを作成し、平成31年12月末までに納品すること。本リーフレットで、こどもの視点からも「意外と」尊敬できる武将、格好良い武将であることを認識してもらい、見方によって歴史は変わること、一人の人間には多様な面があることを福知山ゆかりの武将・光秀を通して実感してもらう

ことを目標とする。仕様・展開方法はPR戦略会議の中で協議し決定する。

※今回の企画提案書では提案不要。他のPR活動との兼ね合いで、現時点で効果的だと思われる仕様・部数を経費見積書に計上すること。

(2)本市の取組み・リソースの価値向上のための業務

(予算の目安 平成31年度:3,000 千円 平成32年度:目安 10,500 千円)

※各年度の委託料内であれば流用可)

【本業務を実施した結果、実現したいビジョン】

全国に福知山市のポジティブな話題が届くようになり、全国の人が福知山市のことを「明智光秀」以外にも様々な魅力のあるまち、ポテンシャルのあるまち、挑戦的なまちだと認識するようになり、「災害の多いまち」「事故のあったまち」といったネガティブな印象が払拭されること。そして訪れたい、まちづくりに関わりたい、応援したいと思うようになること。

また市民にとって自慢したいまち、住み続けたいまちとしてあり続け、地域を良くするために主体的にまちづくりに関わろうとする機運が高まること。

そして福知山市にとって、大河ドラマ終了後も、様々な魅力を発信するための持続可能な仕組みづくりが整うこと。

【提案内容】

福知山市の取組み、リソースやブランドメッセージ(いがいと！福知山)も生かしつつ、提案者独自のリソースやノウハウを活用しながら、上記ビジョンを達成できる戦略を立案し、福知山市ならではの特徴的なPR活動を提案すること。

※活動内容の提案だけではなく、そこからビジョン達成までの道筋も示すこと。

※提案内容の中に、市民 PR プロジェクトとして実施可能な PR 活動も含めること。

取組み、リソースの例 ※順不同 ※下記以外の提案も可

ア 治水対策(国・府・市が初めて協働し、平成27年度から進めてきた「由良川流域(福知山市域)における総合的な治水対策」が、平成31年度に最終年度を迎える)

イ 子育てしやすいまち

ウ 福知山公立大学(北近畿唯一の公立大学)、北近畿の「知の拠点」

エ SNS やシティプロモーションサイトなどデジタルメディアの活用

オ 大江山・鬼などの自然や伝説

カ 漆・和紙・藍などの伝統工芸

キ 丹波くりや農作物等のブランド力強化

ク ふるさと納税・クラウドファンディング

【ターゲット】

メインターゲットは市民および近隣市町、近畿圏などに始まり、市民の発信力も生かして同心円状にリレーションズを築く範囲を広げていくことを想定しているが、さらなるターゲットの追加・具体化、またはより適切なターゲットがある場合は提案すること。

【その他】

本市がテキスト、画像データを提供するプレスリリースの配信を行うこと。(実施回数: 月1〜2件程度)

(3)光秀プレミアムスイーツイベント

(予算の目安 平成31年度:5,000 千円 ※各年度の委託料内であれば流用可)

【本PR活動を実施した結果、実現したいビジョン】

(1)(2)に同じ

【提案内容】

「スイーツのまち福知山」「明智光秀が築いた城下町 福知山」のブランドイメージを推進し、福知山のファンを増やす起爆剤とすることを目的に、ドッコイセ大使・水野直己さんを起用したスイーツ等で参加者をもてなす「光秀プレミアムスイーツイベント」(仮称)を行う。委託者は、イベント戦略と実施概要を提案すること。(実施は、再委託または請け負わせることを可とする。その際、委託事業者は統括を行うこと)

ただし、福知山市は毎年10月に市内スイーツ店のブース出展を中心とした「福知山スイーツフェスティバル」を行っているため、それと重ならない内容にすること。

ア 開催日時 提案による。

※ただし時期は平成31年秋を想定。具体的にはドッコイセ大使・水野直己さんなど関係者と調整して決定する。

イ 場所 福知山市内。詳細は提案による。

ウ 内容 ドッコイセ大使・水野直己さんを起用すること。あとは提案による。

エ 参加人数 提案による。

オ 会費 提案による。

※会費を徴収する場合は、集客やイベント効果等を踏まえ、市と委託事業者で協議して最終決定するが、市場ニーズや集客効果を検討の上、戦略的な価格設定を、企画段階では提案するものとする。なお会費による収入がある場合は、福知山市の収入とする。

カ 予算 5,000 千円(税込み)を上限とする。

※当予算にチケット販売収入分は含まない。

※委託費用には会場費、装飾費、スイーツ店招聘費、イベント費、広報宣伝費、運営費・雑費等、本イベント実施にかかる費用一式を含む。

※福知山市所有施設の場合は、原則会場費はかからないが、仮設等の費用はすべて委託事業費にて負担する。また状況次第では使用できない可能性がある。

キ 委託内容 詳細 ※詳しくはPR戦略会議等で協議する。

- a イベント内容の企画・運営・管理業務
 - b 一般参加者の集客、広報・PR活動(チラシ等宣伝物の作成も含む)
 - c アンケートの配布、集計とりまとめ、分析業務
- ※戦略・PR活動の効果や課題を検証し、修正に生かすため。
- d 市や会場等関係者との連絡・調整

【ターゲット】

市外。さらなるターゲットの追加・具体化があれば提案すること。

留意事項

- ・ 各業務の予算については、市と事前に協議のうえ、各年度の委託料の範囲内で流用することができる。
- ・ 実施にあたっては、提案内容を福知山市ならびに関係者と受託者で協議・調整した上で実施するものとする。
- ・ 提案内容の実施は委託事業者を中心としたチーム体制で行うものとし、提案内容の実施にかかる費用負担はすべて委託事業費内で行う。
- ・ PR活動の効果を高めるための宣伝広告費用が必要な場合は、本業務内に含めること。
- ・ 事業効果の最大化のために、PR戦略会議等にて都度活動の効果検証を行い、活動内容を組み替えられるものとする。
- ・ 月1回程度開催される「PR戦略会議」に出席し、本市との協議結果を記録にまとめ、協議終了後速やかに提出すること。なお、打ち合わせ以外でも随時メール、電話等で市とやりとりを行い、対応するものとする。
- ・ 月1回程度、活動報告書を市に提出すること。掲載記事・映像について、適宜市にレポートを提出すること。

6. 業務評価

下記事項の数値、委託事業者による記事掲載実績および広告換算額を算出し、それを踏まえ自己評価を行うこと。

【提案内容】

平成31年度、平成32年度の下記事項の目標数値

事項	現状(平成30年度)
----	------------

明智光秀イメージ調査 Q「福知山が明智光秀ゆかりのまちであることを知っていましたか」 (東京都・大阪府 20～70代 1000 人対象)	「知っていた」15.4% 「見聞きしたような気がする」25.0%
「福知山」「明智光秀」というキーワードが 2 つとも載っている記事掲載件数 (日経テレコンデータベースによる)	160 件 (参考 平成 29 年度 48 件)
「福知山」「スイーツ」というキーワードが 2 つとも載っている記事掲載件数 (日経テレコンデータベースによる)	29 件 ※目標数値の設定は平成31年度のみでも可
その他、委託事業者が設定する事項 (任意)	

7. 成果品(福知山市に提出するもの)

平成31年度末ならびに平成32年度末の2回、本業務で実施した内容及び成果(「6. 業務評価」記載事項)が詳細に記された事業実績報告書を提出すること。

事業実績報告書: A4版 5部

上記事業報告の電子データを記録した電子記録媒体等資料一式: CD-R 1枚

8. 納品場所及び担当部局

福知山市 市長公室 秘書広報課

電 話: 0773-24-7090

F A X: 0773-24-7023

E-mail: hisyo■city.fukuchiyama.lg.jp

■は@と読み替えること

9. 契約に関する条件等

(1) 業務の再委託

本業務の一部の再委託若しくは請け負わせることは、福知山市の承諾を得たときは、可とする。ただし、本業務の全部を再委託若しくは請け負わせてはならない。

(2) 成果物の著作権

本業務により得られた成果物に係る著作権、所有権及びその他の権利は福知山市に帰属する。

受託者は、成果物が第三者の著作権を侵害しないことを保証し、第三者から成果物に関して著作権侵害を主張された場合の一切の責任は、受託者が負うものと

する。

(3) 機密の保持

受託者は、本業務(再委託した場合を含む)を通じて知り得た情報を機密情報として扱い、契約の目的以外に利用し、または第三者に提供してはならない。また、本業務に関して知り得た情報の漏えい、滅失、棄損防止、その他適正な管理のために必要な措置を講じなければならない。契約終了後もまた同様とする。

(4) 個人情報の保護

本業務を処理するための個人情報の取扱いについては、福知山市個人情報の保護に関する条例を遵守しなければならない。

10. 委託料支払

委託料は、福知山市が各年度の業務終了後に受託者から上記成果品の提出を受け、検査終了後に請求書を受理してから30日以内に支払う。

11. その他

- (1) 受託者は、常に福知山市からの連絡を受けることができる体制を有するものとする。
- (2) 本仕様書に関し疑義が生じた事項又は本仕様書に定めのない事項については、福知山市と協議すること。

参考

1. 参考資料

- (1) 中期PR計画
- (2) 明智光秀イメージ調査 平成30年度 概要・結果
- (3) 福知山スイーツフェスティバル チラシ

2. 平成31年度

本委託業務のほか、福知山市は平成31年度に以下のPR活動を行う予定である。

「福知山城活用プロジェクト」

- (1) 一日城主プロジェクト
- (2) 福知山こども将棋大会

受託者は、「福知山城活用プロジェクト」とも連携し、一体となったPR活動の展開を図ること。

「ドッコイセ大使・杉本敬三さんプロジェクト」

- (1) ふるさと納税お礼品の価値向上のためのアドバイスならびに情報発信
- (2) 明智光秀をテーマにしたメニューの開発
- (3) 福知山市の学校給食メニューの開発

3. 指標

福知山市シティプロモーションの現状を測る指標としては、以下数値がある。

事項	現状(平成 30 年度)
地域ブランド調査「認知度」 (全国 1000 市区町村中)	243 位 (参考 平成 28 年度 221 位 平成 29 年度 232 位)
地域ブランド調査「魅力度」 (全国 1000 市区町村中)	413 位 (参考 平成 28 年度 322 位 平成 29 年度 443 位)
mGAP(修正地域参画総量) (広報ふくちやま読者アンケートによる)	356.84 (地域推奨量 $-16.4\% \times$ 福知山市人口) + (地域参加量 $3.9\% \times$ 人口) + (地域活動感謝量 $58.4\% \times$ 人口) ※人口 = 7.7743(単位 = 万人)(平成 31 年 3 月末時点) ※n = 263
Instagramでの「#いがいと福知	7311 件

山」ハッシュタグ投稿件数	(参考 平成 30 年 1 月～3 月 1268 件)
--------------	-----------------------------

4. 用語定義

(1) シティプロモーション

人口減少、少子高齢化といった、まちの将来に関わる大きな変化の中、その課題解決に向けて、まちが自らの魅力を高め、その魅力を広く強く発信し、都市イメージの向上・浸透及び認知度の向上につなげていく取組みのこと。

(2) パブリックリレーションズ (Public Relations, PR)

パブリックリレーションズとは、組織体とその存続を左右するパブリックとの間に、相互に利益をもたらす関係性を構築し、維持するマネジメント機能である。(日本パブリックリレーションズ協会HPより一部抜粋)

(3) シビック・プライド

都市に対する市民の誇りを指す言葉。「郷土愛」という言葉と似ているが、単に地域に対する愛着を示すだけではなく、「シビック(市民の・都市の)」には、権利と義務を持って活動する主体としての市民性という意味が含まれている。「自分自身が関わって地域を良くしていこう」とする、当事者意識に基づく自負心。