

福知山市政情報メディアリレーションズ及びプロモーション業務委託 仕様書

1 委託業務名

福知山市政情報メディアリレーションズ及びプロモーション業務

2 委託期間

契約締結日から令和4年3月31日まで

3 業務目的

福知山市は、JR福知山線脱線事故や花火大会露店爆発事故、度重なる水害のまちという印象を全国から持たれるなか、新たなブランドイメージを構築するため、平成29年度よりシティプロモーションを推進している。令和2年度までは、まちの礎を築いた戦国武将・明智光秀を主人公とした大河ドラマの放送にあわせ、戦略的なPRプログラムを集中展開した結果、イメージ調査で「明智光秀ゆかりのまち福知山」の顕著な認知向上が見られるなど、ブランド構築に一定成功したといえる。

令和3年度は、大河ドラマ放送が終わり、明智光秀に関する露出減が見込まれる一方、明智光秀から受け継ぐ「まちづくりへの挑戦心＝光秀マインド」を体現するまちとして、市の様々な強みや事業をPRリソースとして活用し、首都圏及び関西圏を中心に全国へ向けた発信を強化することで、本市のブランドイメージの深化と定着を目指す。

4 業務内容

上記「事業目的」を踏まえ、本市と協議のうえ、専門的知見を駆使して、首都圏及び関西圏のテレビ、新聞、インターネット等のメディアにおける露出獲得と、メディア及びその先にいる情報の受け取り手と本市との良好な関係構築のため、戦略を立てたうえで下記のメディアリレーションズ及びプロモーション業務を行う。

(1)重点PR項目に関するメディアリレーションズ

- ① 本市と協議のうえ、重点PR項目の選定を行い、メディアアプローチ用に必要な資料を作成し、番組化・記事化に向けた個別のメディアアプローチを行うこと。
- ② 本市が作成するプレスリリースや取材案内状の加筆修正・助言を行うこと。
- ③ 配信先リストを作成し、本市に確認したうえで、配信すること。
- ④ 配信後は、より多くのメディアに取り上げられるよう、メディアアプローチを行うこと。

(留意事項)

- ・ 重点PR項目は、年間5件程度を予定する。(防災、子育て・移住など)
※観光を除く
- ・ 人物や事業に密着し、背景を掘り下げた企画・特集の露出獲得を狙うこと。

- ・ プレスリリースや取材案内状の配信本数は、各項目につき5本程度を予定。
※社会情勢の変化等に柔軟に対応するため、重点PR項目の件数や、プレスリリース・取材案内状の配信本数は、変更・追加となる場合がある。その際は、委託料の範囲内で、随時対応すること。
- ・ 配信先リストへの配信と併せて、プレスリリースは掲載確約型のリリース配信プラットフォームも利用すること。
- ・ メディアからの取材要請があった場合には、取材日時・場所の調整を本市と連携しながら行うこと、または本市に引継ぐこと。当日の取材は、本市単独での対応可。

(2) 重点PR項目に関するプロモーション

- 重点PR項目の露出を高めるため、本市と協議のうえ、SNS広告など各項目ごとに適したプロモーションを行うこと。

(留意事項)

- ・ 本市のSNSアカウント(Instagram、Twitter、Facebook、YouTube等)の活用は可能。
リンカー一覧 <https://linktr.ee/fukuchiyamacity>

(3) プレスリリース・取材案内状作成への助言・配信、取材誘致

- ① 重点PR事業以外の、本市が実施する事業・行事等について、本市が作成したプレスリリースや取材案内状の加筆修正・助言を行うこと。
- ② 配信先リストを作成し、本市に確認したうえで、配信すること。
- ③ 配信後は、より多くのメディアに取り上げられるよう、メディアアプローチを行うこと。

(留意事項)

- ・ 配信本数は、年間20本程度を予定。
- ・ 配信先リストへの配信と併せて、掲載確約型のリリース配信プラットフォームも利用すること。
- ・ メディアからの取材要請があった場合には、取材日時・場所の調整を本市と連携しながら行うこと、または本市に引継ぐこと。当日の取材は、本市単独での対応可。

(4) 独自提案(任意)

- その他、独自提案があれば、委託事業料の範囲内で、本市に提案のうえ行うこと。

(例) ニュースレター、プレスツアー、メディアタイアップ、メディアや社会の注目度が高まるような仕掛けづくり等

(5) 定例会議の開催

- ① 重点PR項目の選択をはじめ、重点PR項目等の露出獲得に向けた戦略、業務全体の展開、進捗、課題等について議論するため、1か月に1回、定例会議を開催すること(Web会議可)。

- ② 会議後、1週間以内に議事録を作成し、提出すること。

(留意事項)

- ・ 事業効果の最大化のために、定例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。

(6)効果測定・報告

- ① 本業務により掲出されたテレビ・新聞や雑誌等の実績をクリッピングし、広告換算額を含む一覧表として1か月分を翌月中に報告すること。
- ② 令和4年1月または2月に、本市についてのイメージ調査をインターネットで東京・大阪の20代～70代計1000人に行い、3月中にレポート形式にて報告すること。質問は計4問。うち2問「福知山市という地域についてどのような印象をお持ちですか？」「明智光秀が福知山市にゆかりのある人物ということを知っていましたか？」は、過去3年間のデータとの比較分析を行うこと。2問は新規(内容は未定)。

(参考)過去調査 <https://www.city.fukuchiyama.lg.jp/site/promotion/33204.html>

【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、多様なステークホルダーが福知山市のことを「明智光秀」以外にも様々な魅力・ポテンシャルのある、挑戦的なまち(＝明智光秀から受け継ぐまちづくりへの挑戦心「光秀マインド」のあるまち)だと認識するようになる。「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、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。(＝シビックプライドの醸成)

※「光秀マインド」については、「参考」欄を参照すること。

5 実施体制

専門的知識や豊富な実践経験を有する人材で構成され、かつ幅広いコミュニケーションチャネルを有し効果的なメディアリレーションズ及びプロモーション活動が展開できるチーム体制を敷くこと。(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)

6 成果品

本業務で実施した内容及び成果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

7 納品場所及び担当部局

福知山市役所 市長公室 秘書広報課 シティプロモーション係

電話： 0773-24-7090

FAX： 0773-24-7023

E-mail： hisyo■city.fukuchiyama.lg.jp (■は@と読み替えること)

8 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。

9 委託料支払

(1) 委託料は、福知山市が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。

10 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。

(3) スケジュール概要

時期	内容
令和3年5月下旬～6月上旬	契約締結
令和3年6月～	業務着手
令和4年3月末	成果品の提出
随時	必要に応じての打合せや現地調査の実施

参 考

1 参考資料

(1) 福知山市ファクトシート(別添1)

(2) コンセプトムービー「明智光秀マインド」

<https://www.city.fukuchiyama.lg.jp/site/promotion/32400.html>

2 その他留意事項

本委託業務のほか、福知山市は令和3年度に以下の事業を行う予定である。

○鬼文化PR事業

令和3年4月14日付け公告第16号「鬼文化PR事業委託業務」参照

※受託者は「鬼文化PR事業委託業務」の受託者とも連携し、一体となった発信を図ること。

3 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) 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。

4 業務の背景

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、市民の自治と協働によるまちづくりを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組んでいる。

またJR福知山線脱線事故や花火大会露店爆発事故、度重なる水害による本市のネガティブな印象を払拭し、ブランドイメージを再構築して市の取組みの付加価値を最大化させるため、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。平成30年度から令和2年度は、福知山ゆかりの戦国武将・明智光秀が主人公の大河ドラマ「麒麟がくる」の放送にあわせ、戦略的なPR活動を集中展開した結果、イメージ調査で「明智光秀ゆかりのまち福知山」の顕著な認知向上が見られるなど、ブランド再構築に一定成功したといえる。

令和3年度の「PR戦略総合推進事業」では、これまでの活動を通じて現れた福知山市に通底する「まちづくりの挑戦心＝光秀マインド」をコンセプトにしたPR活動に発展させるとともに、光秀に加え市域の多様な資源を活用し、シビックプライドの醸成と関係人口・交流人口の拡大を図る。また、全庁的にPRの取組みを継続・強化し、本市の魅力を伝えるとともに、各施策の理解を促進し効果を最大化する。