

## 福知山市PR力強化業務委託 仕様書

### 1 業務名

福知山市PR力強化業務委託

### 2 委託期間

契約締結日から令和5年3月31日まで

### 3 業務目的

福知山市は、住みよさランキングは京都府内・全国では上位に位置する。一方で、市を印象づける強い地域ブランドが元々なく、災害や事故の報道などもあり、都市圏では本市はネガティブなイメージのみが先行し、市民が自分のまちを推奨する意欲も低いという背景があった。

そんな中、本市の地域ブランドを高めて福知山ファンを増やし、関係人口（多様な形で関わる市外の方々）・交流人口の拡大とシビックプライド※の醸成を図ることを目的に、コミュニケーションを通して社会と良好な関係を築く、パブリックリレーションズ（以下、PR）発想のシティプロモーション※に平成29年度から継続して取り組んでいる。令和2年度までは、地元ゆかりの武将・明智光秀が主人公の2020年大河ドラマ『麒麟がくる』に合わせて光秀ゆかりのまちとしてのシティプロモーションを集中的に行った。

令和3年度からは、「まちづくりへの挑戦心＝光秀マインド※」をシティプロモーションのコンセプトに据えつつ、光秀以外の市の様々な強みや事業もPR資源として活用し、市役所や市全体のPR力強化のための活動を行っており、令和4年度もそれを継続発展させていく。

※「参考 1 用語説明」欄(P.4～5)に説明あり。

### 4 業務内容

受託者は、上記「業務目的」を踏まえ、本市と協議のうえ、専門的知見を駆使して、PR戦略を立てたうえで下記の業務を行う。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、活動内容や経費内訳を組み替えられるものとする。また業務にかかる経費は、すべて委託料の中を含むものとする。

#### (1) 福知山市が指定するプレスリリース・取材案内状の加筆修正・配信

- ・ 配信本数＝ 年間45本以内を予定。
- ・ 加筆修正＝ 福知山市が作成するプレスリリース・取材案内状に対して、見出し・リード文を中心に加筆修正を行うこと。ただし一部プレスリリース・取材案内状に関しては、この過程を省略する場合もある。

- ・ 配信先＝ 受託者が所有する配信先リストと、掲載確約型のリリース配信プラットフォームにて配信すること。令和2～3年度はPR TIMESを利用したため、情報蓄積の観点からは今年度もPR TIMESの利用が望ましいが、理由があれば別サービスでも可。
- ・ (参考)過去の配信プレスリリース [https://prtimes.jp/main/html/searchrlp/company\\_id/53572](https://prtimes.jp/main/html/searchrlp/company_id/53572)

## (2) 福知山市のPR力強化につながる提案・実行

- ・ 「3 業務目的」や、「5 本業務を実施した結果、実現したいビジョン」の達成に寄与する内容を提案し、実行すること。

## (3) 福知山市が指定する事業のPRアイデアの実行

- ・ 契約後に福知山市が随時指定する事業で、市が考えたPRアイデアに対して、必要に応じて改良し、市と協力して実行すること。具体的には業務開始後に相談する。  
(例) 事業の発表会の画づくりのため、制作物を用意するなど。
- ・ プロポーザルの段階では、「経費見積書」に90万円＋消費税9万円＝99万円(税込)の計上のみお願いいたします。「企画提案書」での提案は不要です。

## (4) 本業務のクリッピング・広告費換算

- ・ 本業務により掲出されたテレビ・新聞・Web・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。

## (5) 都市圏のイメージ調査

- ・ 令和5年2～3月の間に、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5問。うち「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？」等の共通質問は、過去データとの比較分析を行うこと。質問内容は、年度内に決定する。

## (6) 月1回の定例会議

- ・ 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)。
- ・ 会議後、1週間以内に議事録を作成し、提出すること。

# 5 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 1 用語説明」欄(P.5)に説明あり。

## 6 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、効果的なPR活動が展開できるチーム体制を敷くこと。

## 7 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

## 8 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)

## 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させてはならない。

### (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、本業務とは無関係に受託者又は第三者に帰属するものを除き、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。但し、福知山市の指示、又は福知山市より提供された場合等、福知山市の責に帰すべき事由がある場合はこの限りではない。

### (3) 秘密の保持

福知山市及び受託者は、本業務(再委託した場合を含む)を通じて相手方から知り得た情報のうち、適宜の方法により秘密である旨の表示・表明がなされている情報を秘密情報として扱い、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。ただし、別途受注者が発注者に情報を提供する者を通知し、発注者が了承した場合は、この限りではない。また、本業務に関して知り得た秘密情報の漏えい、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。

(5) 福知山市は、受託者の本業務の遂行について、別途合意された事項を除き、一定の結果や成果を請け負うものではなく、メディア等での掲載やその内容、福知山市のサービス等の認知度や好感度の向上や事業の成功その他の効果を保証するものではないことを確認する。

(6) 福知山市は、受託者が、事例紹介の目的で本業務にかかる案件情報(成果物を含む)を使用することを承諾する。

10 委託料支払(2種類のうちひとつを受託者が選択)

(1) 一括払い＝ 業務終了後に、福知山市が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。

(2) 毎月払い＝ 契約金額を契約月で分割した額を月額として分割払。毎月の業務終了後に、福知山市が受託者から業務月報、完了届等、適正に業務を完了したことを確認できる書類の提出を受け、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。

(3) スケジュール概要

| 時期       | 内容                 |
|----------|--------------------|
| 令和4年5月下旬 | 契約締結・業務着手          |
| 令和5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 用語説明

(1) 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。

(2) シティプロモーション

「地域を持続的に発展させるために、その魅力を発掘し、内外に効果的に訴求し、

人材、物財、資金、情報などの資源を地域内部で活用可能とする」取組だと、シティプロモーションアワード HP では定義されている。

### (3) 光秀マインド

明智光秀がこの地に福知山城と城下町を築いてから、約 400 年。福知山の人々は、いつの時代も常に逆境に立ち向かいながら、まちづくりを進めてきた。光秀時代から現在に至るまでのまちの様々なエピソードに通底する「まちづくりへの挑戦心」を、大河ドラマ放送を機に掘り起こし、「光秀マインド」と名付けた。

(参考)コンセプトムービー「光秀マインド」

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

「光秀マインド」を福知山の資産や魅力として発信するとともに、このまちで挑戦する人にスポットライトを当てるため、「光秀マインドプロジェクト」を令和 3 年 2 月にスタート。

## 2 参考資料

- (1) 福知山市 市勢要覧(別添)
- (2) 福知山市 ファクトシート 明智光秀特化版(別添)
- (3) 福知山市にまつわる各種アンケート調査・データ(別添)

## 3 令和 4 年度の事業

本委託業務のほか、福知山市は令和 4 年度に以下の事業を行う。

- 光秀マインドプロジェクト＝ 令和 3 年 2 月から継続実施中。Vol.1 コンセプトムービー「光秀マインド」<https://www.city.fukuchiyama.lg.jp/site/promotion/32400.html>
- Vol.2 #福知山城チャレンジ <https://www.fukuchiyamacastle.jp/challenge/>
- Vol.3 令和 4 年発表予定
- 福知山城マインクラフトプロジェクト＝ 令和 3 年 11 月から継続実施中。福知山市と福知山公立大学が、本市の情報教育の充実を目的に、ゲーム「マインクラフト」の世界に福知山城を建築するプロジェクト。
- 鬼文化PR事業＝ 令和 3 年スタート。「鬼文化PR事業業務委託」(後日、公告)にて企画を実施する。このほか、「鬼鬼祭」などを実施予定。
- 市役所 PR 力向上のための取組＝ 職員 PR・広報研修、福知山市特別顧問による事業相談デー、職員 PR アワード開催などを実施予定。

## 4 事業の歩み

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の付加価値を最大化させるため、平成29年度より「福知山PR戦略総合推進事業」内で、シティプロモーションを積極的に推進している。同年に「いがいと！福知山」というブランドメッセージを策定、「#いがいと福知山」ハッシュタグで市民協働により市の魅力を発掘・発信するとともに、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年度以降の同事業では、大河ドラマ関連の露出が減る一方で、3つの柱で事業展開を行っている。

(1)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、「光秀のまち」のイメージを深化させるPR活動。「光秀マインド」、すなわち挑戦する姿勢は、シティプロモーション全体のコンセプトにも据えている。

(2)「鬼」など市域の多様な資源を活用したPR活動

(3)市役所や市全体のPR力・広報力向上のための各種取組

継続して本市の魅力を伝えとともに、各施策の理解を促進し効果を最大化することで、認知度・イメージ向上、関係人口・交流人口の拡大、シビックプライドの醸成を図っている。