

仕 様 書

1 業務名

令和3年度シティプロモーション推進業務委託

2 目的

本市では、令和6年度に迎える市政100周年と、さらにその先に向けて、市民が愛着や誇りを持って川崎市に住み、市民としてのアイデンティティを形成することで、まちの一層の活性化や持続的な発展に寄与することを目指している。このため、川崎市シティプロモーション戦略プランの目標である「川崎の対外的な認知度やイメージの向上」及び「市民の『川崎への愛着・誇り（シビックプライド）』の醸成」の達成を目指し、本市の多彩な魅力や姿を様々な広報媒体を活用して市内外に戦略的に発信すること及びブランドメッセージを効果的に活用し、川崎が目指す姿を市民、企業、団体等と共有することを効果的・効率的に推進するために、シティプロモーション推進活動を実施するものである。

3 業務履行期間

令和3年4月1日から令和4年3月31日まで

4 業務内容

業務内容は次のとおりとする。

(1) 戦略的広報活動の企画立案に関するコンサルティング業務

ア 戦略的な広報活動を実施するために、本市の特徴や課題を踏まえたプロモーション活動の企画立案全般に関して助言及び提案を行うこと。

イ シティプロモーション推進室（以下「発注者」という。）が運用・活用する広報媒体を効果的かつ効率的に組み合わせることで広報効果を高めるための助言及び提案を行うこと。

（ア）広報紙（市政だより、市勢要覧（カワサキノコト）等）

（イ）テレビ（LOVEかわさき等）

（ウ）ラジオ（かわさきFM、FMヨコハマ等）

（エ）SNS（Twitter等）

（オ）その他（年度途中で新たに開始した広報媒体等）

ウ SNSや新たな広報手法等の活用に関する助言及び提案を行うこと。

エ 発注者との定例打合せ（月1回程度）を実施すること。

オ 発注者が必要と判断した場合、定例打合せ以外にも適宜、電話・メール等による対応を行うこと。

(2) 本市の特徴や課題を踏まえたパブリシティ活動

ア 川崎市シティプロモーション戦略プランに基づいた、本市の重点施策及び本市が抱える課題等を踏まえ、本市の認知度向上やイメージアップにつながるパブリシティ活動を行うこと。

（ア）年度当初に発注者と協議し、年間のパブリシティ計画及びスケジュール等を策定する。

（イ）定期的に発注者との打合せを実施する（原則は月1回程度の定例とするが、必要に応じ定例以外にも実施するものとする。）。

（ウ）受託者はパブリシティ活動の実施に当たり、必要に応じ施策の担当部署等との打合せを行う。

（エ）パブリシティ活動を円滑かつ効果的に実施するため、受注者は各種メディア等と積極的なリレーションの構築を図る。

(3) ブランドメッセージPR広報物等の企画・制作及びPR活動

ア ブランドメッセージが表す、「多様なものがつながり合うことで新しい価値を生み出し、未来への可能性を広げていく。」という本市が目指す姿を、市民や企業、団体等と共有するためのPR広報物等の企画・制作を行うこと。

(ア) 受託者はPR広報物等のコンセプト及びテーマの企画立案を行う。

ブランドメッセージ「Colors, Future!いろいろって、未来。」の理念に基づき、市民のシビックプライドの醸成を図るため、市民等が共感し、広く本市の魅力をアピールできるコンセプト及びテーマとする。

※ブランドメッセージについては以下のホームページを参照。

<http://www.city.kawasaki.jp/170/page/0000078324.html>

(イ) 受託者はコンセプト及びテーマに基づいた広報物等の設計を行う。

(ウ) 受託者はPR広報物等の設計に基づき、制作スケジュールを策定し、進捗管理を行う。

(エ) 受注者は制作スケジュールに基づき、PR広報物等の制作及び納品を行う。

イ PR広報物等を活用したPR活動を行うこと。

(ア) 受託者はPR用広報物等のコンセプト及びテーマの企画立案の段階から、効果的なPR活動の方針及び実施手法等を併せて企画提案する。

(イ) 受託者は広報物等の制作スケジュールと併せて、PR計画を策定する。

(ウ) 受託者は発注者と協議の上、決定したPR計画に基づき、PR活動に必要な資料及び媒体等の準備、調整を行う。

(4) 職員向けワークショップ研修

ア 全庁的なプロモーション活動の推進を図るため、本市職員を対象として「広報マインドの醸成」及び「広報力の強化」を目的としたワークショップを実施すること。

(ア) 実施するワークショップの内容は、受託者が企画立案し、発注者との協議により決定する。

(イ) ワークショップの参加対象は庁内職員とする（人数や職位等は発注者との協議により決定する。）。

(ウ) ワークショップの回数は1回とし、半日程度を想定する。

(エ) 講師の選定及び実施日、当日の進め方などは発注者と協議の上、決定する。

(オ) 受託者は必要に応じ、効果的・効率的にワークショップを実施するために必要な機材等を準備する。

(カ) 受託者はワークショップで使用するテキストや資料等を作成し、受注者が確認の上、決定する。

(キ) 受託者はワークショップ参加者に対してアンケートを実施し、ワークショップ実施後に効果分析等を行い、発注者に報告する。

(5) シティプロモーション戦略プラン第3次推進実施計画（ガイドライン）策定に向けたコンサルテーション及び意見聴取業務

ア 令和3年度中に策定するシティプロモーション戦略プラン第3次推進実施計画（ガイドライン）（以下、「第3次推進実施計画」という。）に向け、第2次推進実施計画の実施状況を踏まえた本市のシティプロモーションにおける現状分析及び課題整理を行うこと。

イ 第3次推進実施計画に市民、企業、団体といった行政以外の視点及び意見を取り入れるための意見聴取活動の企画立案を行い、実施すること。

(ア) 意見聴取の対象者、手法、時期等は発注者と協議の上、決定する。

(イ) 意見聴取の実施に係る経費等は、全て本契約に含むものとする。

(6) 月次及び年間の活動実績報告業務

- ア 受託者は毎月10日をめどに、前月のシティプロモーション推進業務実績報告を作成し発注者に提出する。
- イ 受託者はパブリシティ活動等により露出を獲得したメディアのクリッピング及び費用対効果の検証を行い、アと併せて受注者に報告する。
- ウ 受託者は業務履行期間にあわせ、年間のシティプロモーション推進業務の検証及び分析並びに次年度に向けた課題等を受注者に報告する。

5 留意事項

- (1) 本仕様に定める業務にかかる実費経費は、全て契約代金に含まれるものとする。
- (2) 受託者は適宜、業務の進捗状況について発注者に報告するとともに、協議、説明、承認を要する業務については都度、確認を取りながら業務を進めるものとする。
- (3) 本業務に係る必要な物品等については、受託者が用意すること。
- (4) 受託者は、契約期間中及び契約期間後において、本件業務上知り得た情報を第三者に漏らしてはならない。
- (5) 発注者から貸与する個人情報及び機密に属する情報は、紙媒体、電子媒体を問わず、受託者の責任において厳重に管理すること。また、これらの情報については、接触する者を最小限に限定するとともに、接触する場合にも必要最小限の対象者分に係る必要最小限の情報のみを処理することとする。なお、これらの情報については、電子メール、はがき、FAX等漏洩の危険が大きい方法で送達してはならない。
- (6) 受託者は、目的物の納入前に事故が発生したときは、その理由にかかわらず、直ちにその状況、処理対策等を発注者に報告し、応急措置を加えた後、書面により発注者に詳細な報告及びその後の方針案を提出しなければならない。
- (7) 契約期間終了後、本仕様による成果物について、発注者がインターネットを含む、対外的な発表を行うこと、複製、翻訳、翻案、譲渡及び貸与することに関して、受託者は一切の異議を申し立てないこと。
- (8) 本仕様による成果物の一切の権利は発注者に属することを確認するが、うち一部に受託者に属する著作権人格権が残存する場合には、その内容を納品時にすべて明示し、その権利を行使する場合には、その一切について、書面による発注者の承諾を要するものとする。
- (9) 成果物が、発注者以外の者の著作権等に関する権利を侵害しないことを、受託者が確認すること。
- (10) 契約後、本仕様に定めのないことについて疑義が生じた場合は、必要に応じて発注者と受託者双方が協議して決定するものとする。
- (11) 契約後、本仕様の内容を変更する必要がある場合は、発注者と受託者双方が協議して決定するものとする。