

仕 様 書

1 委託業務の名称

令和5年度シティプロモーション推進業務及び川崎市市制100周年プロモーション業務委託

2 委託業務の目的

本市では、令和6年度に迎える市制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。

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、本市の多彩な魅力の市内外への戦略的発信及びブランドメッセージを効果的に活用した川崎が目指す姿の共有を効果的・効率的に推進して、シティプロモーション推進業務を実施するとともに、「川崎市市制100周年記念事業（以下「記念事業」という。）」を実施するにあたっての多角的なプロモーション業務を実施するものである。

2 業務履行期間

令和5年4月1日から令和6年3月31日まで

4 委託業務の内容

受注者は、前項の目的を達成するため、次の（1）及び（2）に掲げる一切の業務を行うこと。

（1）シティプロモーション推進業務

ア 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

次に掲げる各業務を実施するに当たっては、4（2）ア広報計画に準じた総合的なコンサルティング業務との連携をとること。

（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）発注者が運用・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。

（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。

イ 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。なお、この業務を実施するに当たっては、4（2）イ市制100周年に関するパブリシティ活動との連携をとること。

- a 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こと。
- b 定期的に発注者との打合せを実施すること（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。）。
- c 受注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こと。
- d 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こと。

ウ ブランドメッセージPR広報物の企画・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広報物の企画・制作を行うこと。

- a 受注者はPR広報物のコンセプト及びテーマの企画立案を行うこと。

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>

- b 受注者はコンセプト及びテーマに基づいたPR広報物の設計を行うこと。
- c 受注者はPR広報物の設計に基づき、制作スケジュールを策定し、進捗管理を行うこと。
- d 受注者は制作スケジュールに基づき、PR広報物の制作及び納品を行うこと。また、PR広報物を作成するにあたっての、撮影費用、デザイン作成費用、その他制作にかかる費用を含めること。
- e 制作を行うに当たっては、川崎市市制100周年プロモーション業務や記念事業の進捗等を鑑み、状況に応じて市制100周年の広報に寄与する内容も盛り込むこと。

(イ) PR広報物を活用したPR活動を行うこと。

- a 受注者はPR広報物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こと。
- b 受注者はPR広報物等の制作スケジュールと併せて、PR計画を策定すること。
- c 受注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、調整を行うこと。
- d PR活動を行うに当たっては、4（2）市制100周年プロモーション業務や記念事業の進捗等を鑑み、状況に応じて市制100周年の広報に寄与する内容も盛り込むこと。

エ 職員向け研修

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」を見込める研修を実施すること。

(2) 川崎市市制100周年プロモーション業務

業務内容は、川崎市市制100周年記念事業・全国都市緑化かわさきフェア実行委員会（以下、「実行委員会」という。）が令和4年度中に策定する川崎市市制100周年記念事業実施計画に規定する広報計画（以下、「広報計画」という。）を参考に、発注者が実施する広報事業について発注者に提案し、緊密かつ十分に協議し決定すること。

ア 広報計画に準じた総合的なコンサルティング業務

広報計画に基づき、4（2）イ以降に掲げる各種広報業務を実施するにあたり、次の各項に関する業務を行うこと。

なお、ここでいう広報業務は、市制100周年に係る事業全体の流れを把握した上で、実行委員会との連携や、市制100周年記念事業と同時に実施する「全国都市緑化かわさきフェア（以下、「緑化フェア」という。）」との連携を行いながら、「市制100周年や記念事業を知ってもらうための広報」を中心に行う広報活動のことであり、実行委員会が企画し実施する各種事業の広報については、実行委員会にて実施するものとする。

(ア) 各業務の実施時期の決定及びそれに伴うスケジュール調整

(イ) 各業務の実施に伴い連携する企業・団体等との調整

(ウ) 各業務の実施計画の策定及び実施報告

イ 市制100周年に関するパブリシティ活動

(ア) 広報計画及び「川崎市シティプロモーション戦略プラン」に基づき、市制100周年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。

(イ) 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こと。

(ウ) 定期的に発注者との打合せを実施すること。原則は2か月に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。

(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こと。

ウ PRポスター、懸垂幕等、広報物の企画立案

(ア) 制作する広報物は、別表1に掲げる広報物の一例を参考に、記念事業等の実施時期や内容等に合わせて、受注者が発注者に提案し決定するものとする（広報物の作製・印刷等は行わない）。

(イ) 各広報物は作製を行う前に発注者の校正を受け、修正が必要な場合にはその指示に従うこと。また、デザインには、記念事業ロゴ等を使用することとし、調和のとれたデザインとすること。

(ウ) 各広報物の掲出時期・掲出期間の設定、掲出場所の選定（日程調整・予約等を含む）は受注者において行うこと。なお、広報物の作製発注及び市が所管する施設や掲出場所の調整については、発注者が行うため、それを踏まえた提案を行うこと。

(エ) 各広報物の掲出場所が屋外広告媒体である場合は、後述する4（2）カの業務において、受注者が掲出作業を行うこと。

(オ) 緑化フェアと連携して広報物を掲出する場合は、掲出内容や数量、掲出に伴う費用等につ

いて、発注者と協議して行うこととする。

エ PR動画の制作

- (ア) 発注者や実行委員会、各団体等が制作する市制100周年に関連する動画に統一感やブランド感を持たせるために、次の要領で、制作する動画の冒頭部分及び末尾部分に挿入する共通の素材を制作する。
 - a 冒頭、末尾とも数秒程度の動画とする。
 - b 短尺の動画への活用を踏まえ、冒頭、末尾とも1秒程度の短縮版も制作すること。
 - c ジングルなども必要に応じて付加する。
- (イ) 市制100周年をPRする動画を次に示す内容に従い制作する。
 - a 動画の制作本数、長さ、内容、公開時期等は受注者が提案し、発注者と協議して決定することとする。
 - b いずれの動画も、画像サイズはフルハイビジョン(1920×1080)とし、動画配信サイトや各種デジタルサイネージ等で放映できる形式とする。
 - c 各映像については、15秒の短縮版も制作すること。
- (ウ) 撮影場所の利用調整や撮影許可等の手続きは、受注者において行うこと。
- (エ) BGM等用の音楽素材の使用に関しては、著作権フリー音源を使用する等、著作権の問題が発生しないようにすること。著作権等の許諾が必要な場合は、受注者において手続きを行うこと。
- (オ) 肖像権等の問題が発生しないよう、権利処理等の手続きが必要な場合は受注者において行うこと。
- (カ) 動画にナレーションやインタビュー等の音声が入る場合は、テロップを付けること。
- (キ) 完成物は次の基準により納品すること。
 - a ファイル形式はMP4形式とし、データで提出する。
 - b ウェブサイトやYouTube、SNS等での放映を想定し、それに適したデータ量とすること。
 - c 映像データからテロップ及びBGMを除いたデータも提出する。
- (ク) 成果物及び成果物を制作する過程で作製された付属物等に係る著作権、所有権、使用权等一切の権利は発注者に帰属するものとし、受注者は発注者の許可なく、成果物を複製、公表、貸与又は使用してはならない。また、市は、成果物等の全てについて、業務に必要な範囲で改変し、または二次利用する権利を有するものとする。

オ オリジナルグッズの企画立案

- (ア) 市制100周年を広く市民にPRするために、別表2に記載する一例を参考に、記念事業の内容や広報計画に従い、効果的なオリジナルグッズの制作を企画する(グッズの作製は行わない)。
- (イ) 各グッズのデザインは作製前に発注者の校正を受け、修正が必要な場合にはその指示に従うこと。また、デザインには、記念事業ロゴ等を使用することとし、調和のとれたデザインとすること。

カ ソーシャルネットワークサービス(SNS)広告、屋外広告、交通広告等の出稿

(ア) 広報計画及び実行委員会の各種事業やイベント等の実施状況に合わせて、各種広告を展開することとするが、市制100周年の1年前となる令和5年7月1日、及びイベント開催が集中する令和5年10～11月に向けて集中的に広告展開を図るものとする。

(イ) 具体的な広告媒体は受注者が提案し、発注者と協議の上で決定する。

(ウ) 広告媒体の確保、出稿、広告掲出料の支出、掲出作業、掲出状況の確認等は受注者において行う（川崎駅東西自由通路天井吊下バナー広告を除く）。

キ 川崎市オウンドメディアを活用した広報の企画立案

4（2）カの広告出稿や広報計画、実行委員会の事業実施状況に合わせて、次のオウンドメディアを効果的に活用した広報を行うため、その企画を行う。

(ア) かわさき市政だより

(イ) 市勢要覧

(ウ) 市政情報番組（テレビ・ラジオ）

(エ) 市ホームページ（市制100周年公式ウェブサイトを除く）

(オ) 市シティプロモーション公式Twitter

ク 市民参加型記念物の企画・制作

市制100周年関連事業として、市民参加型による記念物を制作することについて、次の内容で実施すること。

(ア) 市民から、「市制100周年を迎える川崎市にまつわる5・7・5作品（俳句・川柳風の短文の作品、以下「作品」という。）の募集に当たって、次の一切の業務を行う。

a 作品の募集

b 作品の選考委員の選定・依頼

c 選考（10作品程度）

d 選考委員への謝礼支払

e 上記a～dに係る広報業務

(イ) 発注者が指定するイラストレーターを起用し、イラストを制作する（表紙1点、各作品をイメージする10点程度）。

(ウ) 作品集として、書籍全体のデザインを制作するとともに、次の装丁により書籍を作製する（詳細は別途協議とする）。

a 書籍の仕様：ハードカバー、B5サイズ、オールカラー

b 部数：30冊

(エ) 書籍に収録される作品のイメージに合わせた、デジタルサイネージ用データを10点制作する（各作品につき縦型・横型を制作）。

(3) 月次及び年間の活動実績報告業務

受注者は、4（1）及び4（2）の業務それぞれについて、次に従い、活動実績報告業務を行う。

ア 毎月10日をめどに、前月分の実績報告を作成し、発注者に提出する。

イ 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、4（3）アと併せて発注者に報告する。

ウ 4（1）の業務について、その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発注者に報告する。

エ 4（2）の業務について、その業務履行期間に合わせ、年間の市制100周年プロモーション業務の検証及び分析を行い、令和6年度の広報計画策定に向けた課題等を発注者に報告する。

（4）委託業務の実施体制の構築

受注者は、4（1）及び4（2）の業務それぞれについて、業務が円滑かつ確実に推進できる体制を構築し、総括責任者、実施責任者、スケジュール等を明確にすること。

5 業務上の注意事項

- （1）受注者は、初期段階で企画・構成イメージを発注者と十分にすり合わせした上で着手すること。また、業務の進捗状況を適宜報告し、必要な指示を受けることとする。
- （2）業務の遂行に当たっては、個人情報保護に係る法令等に準拠した手続により行うとともに、各関係者のプライバシーの保持に十分配慮しながら、本業務上知り得た個人情報を紛失し、又は本業務に必要な範囲を超えて他に漏らすことのないよう、万全の注意を払うものとする。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。
- （3）受注者が業務の一部を再委託する場合には、発注者からの承諾を得ることとし、再委託先から個人情報の漏えい等が起きないように措置し、善良なる管理者の注意をもって取り扱う義務を負う。
- （4）本業務で使用する機器、媒体、事務用品等の調達、交通費、通信費等の必要な費用については、受注者の負担とする。
- （5）業務の遂行に当たっては、常に公正かつ中立的な姿勢を保つことを心掛けるものとする。
- （6）本業務により得られた成果、資料、情報（個人情報を含む。）等については発注者に帰属するものとし、受注者は発注者の許可なく他に公表、貸与、使用、複写、遺漏してはならない。
- （7）受注者は、第三者の著作権、肖像権その他の権利を侵害することがないように必要な使用許可等を得ること。これらを怠った場合に生じる問題については、受注者が一切の責任を負うこととする。
- （8）成果物納入後に発生した受注者側の責めに帰する不備が発見された場合は、速やかに必要な措置を行うものとし、これに要する経費は受注者負担とする。
- （9）受注者は、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。
- （10）発注者は、受注者が本仕様書に定める内容に違反した場合は、委託金を支払わず、また、既に支払った委託金の全部又は一部を返還させることができるものとする。

6 成果物の著作権

- （1）成果物の著作権は、発注者に帰属する。本業務のために収集した資料等は全て発注者に供与

し、その利用、再編集は発注者が自由にできるものとする。

- (2) 本業務により得られる著作物の著作権者人格権について、受注者は将来にわたり行使しないこと。また、受注者は本業務に関与した者について著作権を主張させず、著作権者人格権についても行使させないことを約するものとする。

7 納期

本業務における成果物の納期は次のとおりとする。

- (1) PR広報物（4（2）ウ）、オリジナルグッズの企画（4（2）オ）
令和6年3月31日までの、広報計画及び実行委員会の事業実施進捗に合わせ、発注者及び受注者が協議して決めた日
- (2) PR動画（4（2）エ）
4（2）エ（ア）の動画素材は令和5年5月31日とし、4（2）エ（イ）の動画は受注者が提案する公開日に間に合う期限とする。
- (3) 各種広告出稿（4（2）カ）、オウンドメディアによる広報（4（2）キ）
令和6年3月31日までの、広報計画及び実行委員会の事業実施進捗に合わせ、発注者及び受注者が協議して決めた日
- (4) 市民参加型記念物（4（2）ク）
令和6年3月31日までの、発注者が指定する日

8 支払方法

- (1) 4委託業務内容で規定する各業務のうち、次のものについては、それぞれの業務が終了した時点で、当該業務に係る費用を支払うものとする。
- ア PR動画制作（4（2）エ）
 - イ 各種広告出稿（4（2）カ）
 - ウ 市民参加型記念物（4（2）ク）
- (2) 前項以外の業務については、各業務に係る費用の合計を、令和5年6月末、9月末、12月末、令和6年3月末の4回に分割して支払う。

9 その他

本仕様に定めのない事項又は業務上疑義が生じた場合は、発注者と受注者が協議の上、決定するものとする。

別表1 広報物の制作例

	品名	用途	備考
1	バックボード一式	記者会見等用	移動・組立が容易なもの
2	ピンバッジ	関係者着用	
3	のぼり旗	イベント会場用	屋外での使用も可能なもの
4	フラッグ	街頭掲出用	緑化フェアと調整を行うこと
5	ポスター	施設掲出用	
6	懸垂幕・横断幕	施設屋外掲出用	サイズ・仕様は施設に準ずる
7	川崎駅自由通路大型バナー		サイズ・仕様は施設に準ずる

※上記は一例であり、これに限らない。広報内容や場所等を精査したうえで提案するものとする。

別表2 オリジナルグッズの制作例

	品名	備考
1	Tシャツ	サイズ等は別途発注者と協議して決定する
2	日用品	マグカップ、ストラップ等
3	エコバッグ	
4	文具類	ステッカー、ふせん、クリアファイル等

※上記は一例であり、これに限らない。グッズ展開計画等を踏まえて提案するものとする。