

仕 様 書

1 業務名

令和7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、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7年4月1日から令和8年3月31日まで

4 業務内容

受注者は、前項の目的を達成するため、次の（１）～（８）に掲げる一切の業務を行うこと。

（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

事業年度当初に年間計画を策定し、それに基づく業務を行うとともに、随時課題等を整理し、必要に応じて計画の精査を行うこと。

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 本市重点政策（「川崎臨海部」、「川崎港」、「脱炭素戦略」、「子育て施策」等、シティプロモーション推進室（以下「発注者」という。）が指定する3～4事業）に関するブランディング、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。

ウ 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。

エ 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。

オ 発注者との定例打合せ（月1回程度）、重点政策に関する打ち合わせ（各事業合わせて月1～2回程度）を実施し、摘録を作成すること。

カ 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

川崎市シティプロモーション戦略プランに基づいた、本市の重点政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、広報事務局を設置して、プレスリリース配信サービスを利用したパブリシティ活動を展開すること。

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こと。

イ 定期的に発注者との打合せを実施し（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。）、摘録を作成し発注者に提出すること。

ウ 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い、摘録を作成し発注者に提出すること。

- 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。
- オ 市が公表する報道発表資料を効果的に発信するため、プレスリリース配信サービス PR TIMES（現在市が使用しているアカウントを使用）を契約し、月 30 件までを目途に情報を選定の上、配信し活用すること。
- カ プレスリリース配信サービスへの掲載のほか、発注者が指定する特に重要なものについては、メディアリストを作成し、作成したリスト掲載のメディア向け個別アプローチを年間 20 件程度実施すること。
- キ オのサービスの活用や、カの川崎市市政記者クラブ以外への各種メディアへの発信を効果的かつ効率的に行うため、広報事務局を設置し、情報発信体制を構築すること。
- ク 各種事業、記者発表等の際に、メディア取材対応（取材依頼受付、当日のメディア対応、メディア掲載情報の把握及びその報告等）を行うこと。なお、メディア対応については、年間で 5 件程度を想定する。
- ケ メディアへのアプローチのため、上記重点政策、発注者が指定する政策に関するメディア向けファクトブック（年間 5～10 件、PDF 10 ページ程度）を作成し、関連するメディア、専門家、インフルエンサーに対するアプローチやメディアツアーを実施する等、メディア掲載を獲得すること。
- コ 発注者側が作成したプレスリリース資料について、掲載を獲得できるよう効果的な発信時期、伝わりやすい記載方法、掲載すべき情報など、適宜必要な助言を行うこと。
- サ PR TIMES、個別メディアアプローチ、取材対応で獲得した媒体一覧、広告換算について算出し、随時提供すること。また、本市の魅力情報が掲載された場合は、広告換算を算出すること。（年間 10～15 件程度。発注者からの指示による。）
- (3) ブランドメッセージポスター等 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。
- (ア) 受注者はポスター等 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、広く本市の魅力の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) 受注者はコンセプト及びテーマに基づいたポスター等 PR 広報物の設計を行うこと。
- (ウ) 受注者はポスター等 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。
- (エ) 受注者は制作スケジュールに基づき、ポスター等 PR 広報物の制作及び納品を行うこと（ポスター：B1 サイズ、B2 サイズ、サイネージリサイズ用データ）。また、ポスター等 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。
- イ PR 広報物を活用した PR 活動を行うこと。
- (ア) 受注者はポスター等 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。
- (イ) 受注者はポスター等 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。
- (ウ) 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。

(4) 職員向け研修

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」を目的とする研修を実施すること。

(ア) 実施する研修の内容は、受注者が企画立案し、発注者との協議により決定すること。

(イ) 研修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) 研修の回数は2回～3回程度とすること。

(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) 受注者は必要に応じ、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こと。

(カ) 受注者は研修で使用するテキストや資料等を作成し、発注者が確認の上、決定する。

(キ) 受注者は研修参加者に対してアンケートを実施し、研修実施後に効果分析等を行い、発注者に報告する。

イ 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」を目的とした研修の講師を用意すること。

(5) デジタルプロモーション事業

本市のシティプロモーション推進のため、以下デジタルプロモーションの企画、実施、進行管理を行うこと。

（掲載する情報は、市ブランドメッセージ、重点政策に関する記事（小学校5年生でもわかりやすい記事、インフルエンサーによる記事）、本市の魅力情報、川崎の人情情報（ほっこりポスター情報等）、市制100周年情報、各種ファクトブック（4（2）ケ）、プレスルーム（PR TIMES掲載情報等）、データに基づく川崎の強み情報、各種リンク（川崎市、かわさき魅力ギャラリー等）、双方向（市民情報掲載）ツール、SNS情報等を想定。）

ア ウェブポータルサイトの制作

本市シティプロモーションに特化したウェブポータルサイトについて、以下のとおり制作を行う。

(ア) 全体構成案作成

(イ) CMS マニュアル作成

(ウ) トップページ制作・コーディング

(エ) 下層テンプレートページ・コーディング・流用ページ制作

(オ) JS（アニメーション処理）

(カ) レスポンシブウェブデザイン・コーディング

(キ) ワードプレス導入（サイトの運用は、受注者による運用を主とするが、本市でも軽易な修正や緊急時の情報発信が行える運用体制とすること）

(ク) NEWS 組込み・カテゴリ機能・カテゴリ絞り込み機能

(ケ) ドメイン取得（ドメインは本市が保有するものの使用を予定し、契約後調整を行う。）

(コ) JIS X 8341-3 に基づくウェブアクセシビリティ試験の実施。試験結果、取組内容の公開案の作成。

(サ) サーバー初期設計（12か月利用費含む）

(シ) サイト進行管理

イ ウェブ記事制作

重点政策に関する記事を以下のとおり年間10本制作する。

(ア) 記事構成・ライティング・取材

(イ) 撮影

- (ウ) システム入力
- (エ) 校正
- (オ) デザイン・校正費

ウ 動画配信・デジタル広告

発注者が指定する動画、静止画等について、年間を通じてデジタル広告配信を行う。なお、広告初期設計・設定費・バナー等制作、運用についても受注者が行う。配信時期、期間等は受注者との調整とする。

エ ウェブ解析及び効果検証

デジタルプロモーション事業について、ターゲットのニーズに合致する施策への改善材料、的確なターゲットへの広告出稿の基礎資料とするため、前月分のウェブ解析（地域、属性、年齢層等）レポートを翌月の打ち合わせ時まで提出するほか、年度途中において、中間報告及び改善提案を行い、年度末に最終報告を行うこと。

オ 引継ぎ

契約満了日が近づいた際には、本サイトが継続的に運用可能となるように、成果物の迅速な提供のほか、サイト運用に必要な情報や、受注者が主体となった契約等について、次期受託者への引継ぎを適切に行うこと。

カ その他

- (ア) 機材や賃借やライセンスの取得、消耗品の調達費など業務に必要な経費は受託者の負担とする。
- (イ) 作成するウェブページのデザインや色合い等については、本市担当職員と協議、確認の上、決定し作成すること。
- (ウ) サイトへのアクセスや情報拡散を活発にするため、何度もサイトを訪れたいくなる、サイト内の周遊、滞在時間を長くするよう興味・関心をひくギミックを取り入れたデザイン等の工夫を行うこと。
- (エ) 作成したウェブページに、エラー等のトラブルが生じた場合、迅速かつ適確に原因究明及び復旧作業に努めることとし、原因と作業内容等について、発注者に任意の様式により迅速に報告すること。
- (オ) 以下ブラウザによる動作検証を行う。

【スマートフォン】 iPhone 及び Android 搭載スマートフォンの標準ブラウザ

【パソコン】 macOS : Safari、Mozilla Firefox、Google Chrome の各最新版

Windows : Microsoft edge、Mozilla Firefox、Google Chrome の各最新版

- (カ) 本業務を実施するにあたり、以下の法令、基準等に準拠すること
 - ・ 個人情報保護に関する法律（平成 15 年法律第 57 号）
 - ・ 川崎市情報セキュリティ基準
 - ・ カラーUD ガイドライン
 - ・ 総務省「みんなの公共サイト運用ガイドライン（2024 年版）」
 - ・ 川崎市ホームページアクセシビリティ対応基準書
 - ・ 当サイトの円滑な運用のために定められる運用方針や運用ポリシー

(6) 都市イメージ調査及び分析の実施

川崎市シティプロモーション戦略プラン(平成 26 年度策定)に定める目標の達成状況の確認及び目標達成に向けた効果的・効率的なプロモーション活動の設定を目的に、都市イメージ調査を実施する。

本業務では、市内外の人々の川崎に対するイメージ及びシビックプライド(都市への愛着や誇り)等が、現状においてどのような態様を示しているのか、基礎的な資料やデータを収集し、調査・分析を、次の要領で行う。

※川崎市都市イメージ調査については以下のホームページを参照。

<https://www.city.kawasaki.jp/170/page/0000091292.html>

ア 調査の設計、作成時の助言

調査は次の内容で行い、これを実施するにあたり、質問項目等について必要な助言を行う。

(ア) 調査地域及び有効回答数

以下のとおりとし、各エリアとも調査対象者の男女・年代比（15～19 歳、20 代・30 代・40 代・50 代・60 代・70 代以上）は均等分布とする。

a 川崎市 2,800 名（各区 400 名）

b 隣接都市 400 名

（横浜市鶴見区、港北区、都筑区、青葉区、東京都大田区、世田谷区、狛江市、調布市、稲城市、多摩市、町田市）

c 横浜市 400 名

（鶴見区、港北区、都筑区、青葉区を除く）

d 一都三県 400 名

（東京都（大田区、世田谷区、狛江市、調布市、稲城市、多摩市、町田市を除く）、神奈川県（横浜市、川崎市を除く）、千葉県、埼玉県）

(イ) 調査期間 令和 7 年 11 月付近の約 2 週間とし、発注者・受注者協議の上で決定する。

ただし、(ア) に示す有効回答数に満たない場合は、期間を延長して行う。

(ウ) 調査方法 地域別インターネット調査とし、調査対象者は受託者が抽出・依頼するものとする。受託者及び第三者に登録されている調査モニターを活用してもよい。

(エ) 調査項目数 スクリーニング質問 4 問程度及び本調査質問 34 問程度（内 4 問程度の自由記述を含む）

(オ) 調査内容 次のとおりとする。詳細は担当所管と協議の上、決定する。決定に当たっては、必要に応じて助言や提案を行うこと。

a 市の魅力分野（産業・研究開発、文化芸術、スポーツ、自然、生活）に係る実感度

b 都市イメージ、シビックプライド及び推奨度（自由記述式 2 問程度含む）

c ブランドメッセージに関するもの（認知度等）

d シティプロモーションに関するもの（情報媒体等）

e 川崎市のイメージ向上、シビックプライド醸成に影響の大きい要素等を特定するための質問

f 川崎市の魅力等について自由記述式での質問（2 問程度） 等

イ 調査結果の集計・分析等

(ア) 調査結果の集計・分析（クロス分析も含む）を行うこと。

(イ) 単純集計表及びクロス集計表の作成に際しては、実際の人口構成に合わせるため、ウェイトバック集計を行うこと。

(ウ) シビックプライド指標、ネットプロモータースコア(NPS)の算出を行うこと。（算出手法については、担当所管にて指示するものとする。）

(エ) 重回帰分析等の多変量分析手法を用いて、川崎市のイメージ向上、シビックプライド醸成に影響の大きい要素等を特定すること。

(オ) 市の魅力等についての自由記述データに関しては、アフターコーディングの後、クロス集計を行うとともに、テキストマイニングを行い、クラスター分析や対応分析等により特徴的な傾向を把握すること。

(カ) 当該年度を含めた直近 3 年間の調査結果を比較した分析をすること。

(キ) その他、4（1）の業務を実施するにあたり有用な分析を行うほか、4（2）ケで作成するファクトブックや 4（5）デジタルプロモーションで制作するウェブページ内の根拠とするなど、本業務内で横断的に活用すること。

(ク) 分析に当たっては、本調査の結果のほか、かわさき市民アンケートの調査結果も勘案すること。

※かわさき市民アンケートについては以下のホームページを参照。

[https://www.city.kawasaki.jp/shisei/category/286-3-0-0-0-0-0-0.html](https://www.city.kawasaki.jp/shisei/category/286-3-0-0-0-0-0-0-0.html)

ウ 報告書等の作成

(ア) 調査回収完了後、「速報サマリー」（主要調査項目の結果に係る図表及びその分析・傾向等をまとめたもの）及び「全体サマリー」（全ての調査項目の結果に係る図表及びその分析・傾向等をまとめたもの）のうち、前述の速報サマリー及び市内7区ごとの調査結果を取りまとめの上、提出すること。

(イ) 調査回収完了後、「全体サマリー」のうち、(ア) 以外の調査項目等について取りまとめの上、提出すること。

(ウ) イ「調査結果の集計・分析等」における単純集計表、クロス集計表及び自由記述データ等について、本市におけるシティプロモーションに係る取組等に有効活用できるようにデータを整理すること。（方法等については、担当所管と協議の上、決定するものとする。）

(7) 追加提案

本市のシティプロモーション推進にかかる効果的なPRの企画及び実施

(8) 月次及び年間の活動実績報告業務

ア 受注者は毎月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。但し、最終月（3月）分については、業務履行期間内の提出とする。

イ 受注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（広告換算等）を行い、アと併せて発注者に報告する。

ウ 受注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について年間報告書を作成し、発注者に報告する。

(9) 委託業務の実施体制の構築

受注者は、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。

また、受注者はコンテンツ管理プラットフォームサービス「Box」を契約し、そのホストとなり、発注者が指定する市職員のアカウントを作成し、業務に必要な大容量ファイル交換等を行えるようにすること。

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し、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。
- (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。
- (11) ウェブポータルサイトの運用ほか、本委託業務の実施に関し、休日夜間においても緊急時の連絡、対応が可能な体制を維持すること。

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、令和8年3月31日までの、広報計画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とする。

8 支払方法

- (1) 4の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 ブランドメッセージポスター等PR広報物の企画・制作及びPR活動（4（3））
 - イ 職員向け研修（4（4））
- (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7年7月末、10月末、令和8年1月末、4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。