

仕 様 書

1 業務名

令和8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、地域社会への参画意識が高まり、まちの一層の活性化や持続的な発展につながることを目指している。「市民の『川崎への愛着・誇り（シビックプライド）』の醸成」及び「川崎の対外的な認知度やイメージの向上」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は、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8年4月1日から令和9年3月31日まで

4 業務内容

受注者は、目的を達成するため、次の（1）～（9）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ーション業務

事業年度当初に年間計画を策定し、それに基づく業務を次のとおり行うとともに、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」、「地域包括ケアシステム」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5事業を想定）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 発注者が運用するオウンドメディアやその他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 週1回、原則2時間の対面での打ち合わせを実施し、議題及び摘録等の必要となる書類を作成すること。なお、うち月1回は月例報告を含むものとする。

カ 発注者が必要と判断した場合、定例打合せに加え、電話やメール、ビジネスチャットツール等を用いて適宜対応すること。

（2）本市の特徴や課題を踏まえたパブリシティ活動

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り、広報事務局を設置し、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次のとおり展開すること。

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 必要に応じて定期的に発注者との打合せを実施し摘録等を作成し発注者に提出すること。
- ウ 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 本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（現在発注者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 4-(2)-オのサービスの活用や、4-(2)-カの本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件程度を想定し、実施対象は発注者との協議の上、決定すること。
- 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、1件当たりPDF10～20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やを実施する等、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、隨時提供すること。また、その他、各種メディア等で本市の魅力情報が掲載された場合は、年間10～15件程度広告換算を算出すること。

(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

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ブランドメッセージポスター等のPR広報物（以下「ポスター等」という。）の企画・制作を次のとおり行うこと。なお、ポスター等とは、基本となるポスターに加え、そのデザインを使用した、デジタルサイネージ（縦版：2160×3840 px (9:16)、・横版：3840×2160 px (16:9)、いずれも掲出用JPEG形式、Adobe illustrator 編集用AI形式データの両方を納品）、ポスター紹介動画（解像度：1920×1080 px（横型）・1080×1920 px（縦型） フレームレート：29.97 fps 推奨形式：MP4 (H.264)）、ホームページ・SNS用バナー、名刺等である。

※ブランドメッセージ及びポスターに関する参考

<https://www.city.kawasaki.jp/170/page/0000078324.html>
<https://www.city.kawasaki.jp/170/page/0000115199.html>

ア ポスター等の企画・制作は次の内容を基本とすること。

(ア) ポスター等のコンセプト及びテーマは、本市の理念・方向性を十分に反映させるた

め、企画・制作の着手前に発注者と協議の上、必要に応じて複数回の確認・修正、資料作成を経て決定すること。

- (イ) コンセプト及びテーマ決定後、それに沿ったデザインイメージを提案すること。なお、制作過程において、テーマの見直しが発生することも想定すること。
- (ウ) (ア)及び(イ)の決定に基づき、ポスター等のデザイン案を3～4案制作すること。なお、制作後も複数回の確認・修正が必要となる場合もある。
- (エ) ポスター印刷前に、発注者との色校確認を行うこと。
- (オ) ポスター等の企画・制作スケジュールを策定し、進捗管理を行うこと。
- (カ) 企画・制作に必要な一切の費用（撮影、デザイン、印刷等）は、委託代金に含めること。

イ ポスターの印刷、配送、納品は次のとおり行うこと。

- (ア) 印刷は次の内容を基本とすること。
- B1 サイズ（20枚）、B2 サイズ（2,500枚）のポスターを印刷すること。
 - 印刷用紙はウルトラユボ130と同等の耐水性・強度等を有するものとすること。
- (イ) 配送は次の内容を基本とすること。
- 配送先は、契約後に別途提供する「配送先リスト」（以下、「リスト」という。）の約1,600箇所とする。
 - リストに基づき、ポスター等にキズや折れ目等がつかないようにダンボール等の適切な梱包資材にポスターを梱包し配送すること。なお、配送の際は発注者が作成した配布先分類に応じた依頼文（A4 サイズ1枚を想定）をカラー印刷し、それぞれ同封すること。
 - 配送するポスターは(ア)で印刷したポスターとすること。
 - 配送に係る梱包資材、宛名シール、依頼文の用紙や印刷等は全て受託者の負担で用意、実施すること。また、梱包資材は事前に発注者と調整のうえ決定すること。
 - 配送日はリスト記載の日付とし、再配達指定が可能な配送方法とする。ただし、再配達や天候・交通事情・受取拒否等のやむを得ない事態が生じた場合はこの限りではなく、速やかに発注者に状況を報告し、指示に従うこと。
- (ウ) 納品は次の内容を基本とすること。
- (イ) によりポスターを配送後、残部が発生した場合は、発注者の事務所（川崎市川崎区宮本町1川崎市役所11階総務企画局シティプロモーション推進室）に納品すること。
 - (イ)で発注者が指定した配布先に配送したのにもかかわらず、不達となった場合も、発注者の事務所に梱包した状態のまま送付または持参すること。
- (エ) 4-(3)で記載の各データ（ポスター、デジタルサイネージ、ポスター紹介動画、ホームページ・SNS用バナー、名刺等）を発注者の指示するデータ形式により納品すること。
- ウ ポスター等を活用したPR活動を行うこと。
- (ア) ポスター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及び提案すること。
- (イ) ポスター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) ポスター等を活用した効果的な広報活動として、ポスター等を用いたPR施策を提案

及び実施すること。また、実施内容については、事前にその効果や広告換算値等を算出するなどし、発注者と協議のうえ決定すること。なお、令和7年度に実施した内容は次のとおりであるが、これと同等もしくはそれ以上の広報効果を有する広報活動とすること。

※令和7年度実施内容

市内に乗り入れる路線（JR 南武線・横須賀線、京急線、東急線、小田急線、京王線）の47駅にB1ポスター1枚を2週間掲出するとともに、市内の主要駅（9駅）は追加で2週間の掲出を行った。

（エ）（ア）から（ウ）を実施するにあたり、4-(3)-イ-（ア）のポスター枚数に不足が生じた際は、必要に応じて増刷すること。なお、増刷にかかる費用は委託代金に含むものとする。

（4）職員向け研修及びプロモーション相談

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」、「広報力の強化」、「効果的な報道対応の推進」を目的とする研修を講師の手配を含め実施すること。

（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）研修の参加対象は全庁職員とする（人数や職位等は発注者との協議により決定する。）。

（ウ）研修は次の内容を基本とすること。なお、実施内容及び回数については、協議の上、決定すること。

a 管理職級を対象とした、より専門的な知識やスキルを習得するオンライン受講用の研修ツールを用いた研修（1回）

b 職員級を対象とした「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（3回）

c 「効果的な報道対応の推進」を目的とした研修（1回）

d 発注者を対象とした、庁内の広報研修の講師となることを目的とした研修（1回）

（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、決定すること。

（オ）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）研修で使用するテキストや資料等を作成し、発注者に確認の上、決定すること。また、研修実施後には、全庁職員向けに共有可能な資料を提供すること。

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

イ 本市のプロモーションの質を向上させるため、次のとおり専門的な相談対応を行う人材を派遣すること。

（ア）発注者と連携し、月2回各2時間（1時間×2コマ）程度、相談員を派遣すること。なお、対象は全庁職員とし、相談等は原則本市庁舎内での対面とする。具体的なアドバイス等により相談内容の解決を図るとともに、相談対応に必要な機材や資料は受注者で用意すること。

（イ）事前準備に必要な時間（1時間程度を想定）も別途確保し、メール等による相談の

事前連絡についても対応すること。

(ウ) その他、4-(4)-イー(ア)の範囲内において、発注者からの相談事項についても対応すること。

(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、令和7年度に構築・公開を行ったWEBサイト（以下、「サイト」という。）について、次のとおり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。

ア サイトの管理及び更新

サイトが安定して運用できるよう、次のとおり管理及び更新作業を行うこと。

(ア) サーバー、ドメイン利用に関する管理・支払い

サーバーは受注者が用意する外部サーバーとする。公開中のサイトの運用に支障がないよう管理を行うこと。

(イ) CMSマニュアルの更新

サイトの運用は、受注者によるワードプレスでの運用を主とするが、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。

(ウ) サイト進行管理

イ ウェブ記事制作・公開

重点政策に関する記事を現行カテゴリ内に次のとおり年間20本制作・公開すること。

(ア) 企画の立案

(イ) 記事構成・ライティング・取材

(ウ) 撮影

(エ) システム入力

(オ) 校正

(カ) デザイン・校正費・取材費等の支出

ウ サイト内カテゴリの追加

(ア) サイト内に新たに特集ページを作成すること（例：「子育て支援」に関するページ）。なお、基本的なデザイン構成は、サイト全体と調和したものとしながら、特集ページであることが明確にわかるようなデザインとすること。

特集ページは、その特集テーマに関する施策を、ライフプラン等のカテゴリに分けてわかりやすく表示するほか、多岐にわたる施策を視覚的にもわかりやすく表示するため、アニメーションの使用やスワイプに合わせた動作など、表示の工夫をすること。

※子育て支援ページに関する参考

<https://www.promotion.city.nagoya.jp/parenting/>

<https://www.city.hachioji.tokyo.jp/citypromotion/education/index.html>

(イ) サイトトップページにニュース更新機能の設置するほか、ニュース一覧を見ることができるページを1ページ構築すること。ニュース設定においては、更新順掲載のほか、重要度の高いものは上位に設定する等の対応を行うこと。

エ 掲載記事の更新

すでに掲載している記事のうち、CMSによる修正作業ができないものについて、その記事に使用している事実やデータ等に変更が生じた場合は、修正作業を行うこと。なお、修

正が必要な記事は次のものを想定している。

- (ア) トップページ、サイト内各ページのデザイン等の微修正
- (イ) インフォグラフィックス（アニメーション）
- (ウ) 「かわさきって人だよね」コーナーの掲載写真
- (エ) その他、サイトのカテゴリ分類（産業・研究開発、文化芸術、スポーツ、自然、生活）や各コンテンツのタイトルに変更が生じた場合等

オ 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こと。また、広告初期設計・設定・バナー等制作、運用についても受注者が行うこととし、配信時期、期間等は発注者との協議とすること。なお、本市の信用失墜やブランド毀損となる恐れのある場所への広告掲載、不正クリックや偽のインプレッションなどによるアドフラウド（広告詐欺）などに対して、確実な対策を行うこと。

カ 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に提出するほか、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。

キ 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て行った契約等について、次期受注者への引継ぎを適切に行うこと。

ク その他

- (ア) 機材の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注者の負担とする。
- (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、サイトのイメージを引き継ぐとともに、適宜発注者と協議、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) 次のブラウザによる動作検証を行うこと。

【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、次の法令、基準等に準拠すること。

- a 個人情報の保護に関する法律（平成 15 年法律第 57 号）
- b 川崎市情報セキュリティ基準
- c カラーUD ガイドライン

- d 総務省「みんなの公共サイト運用ガイドライン（2024年版）」
- e 川崎市ホームページアクセシビリティ対応基準書
- f 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

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、総合計画に定める成果指標の達成状況の確認のため、基礎的な資料やデータを収集し、調査・分析を、次のとおり行うこと。なお、過去の調査方法を踏まえ、調査方法や設問表示の違いにより調査結果に差異が生じないよう考慮すること。

※川崎市都市イメージ調査に関する参考

<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こと。

（ア）調査地域及び有効回答数

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）は均等分布とすること。詳細は次のとおり。

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8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、調査対象者は受注者が抽出・依頼するものとする。受注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40問程度とする（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
- (カ) 調査の仕様が確定した段階で、テスト環境を構築すること。なお、原則、テスト環境は、本番環境で調査対象者が利用する画面と同一仕様（入力項目、画面遷移、表示内容を含む）にするとともに、調査開始前に発注者が確認可能な状態にすること。
- 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)一ヶ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関する参考

<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) 4-(6)-イ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。）
- (エ) 主要測定指標としている6つの指標結果をまとめた資料を作成すること。また、併せて、本市の指示する内容について、詳細な分析をするとともに、その結果をまとめた資料を作成すること。なお、資料を作成する際は、前年度の実施結果（本市ホームページに掲載）を参考とすること。

(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の企画及び実施をすること。なお、本

提案にかかる費用は委託代金に含むものとする。

(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こと。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、4-(8)-アと併せて発注者に報告すること。
- 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、発注者に報告すること。

(9) 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とともに、契約後速やかに実施体制の分かる体制表を発注者に提出すること。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」もしくは同等のサービスを契約し、そのホストとなり、発注者が指定する本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。なお、業務に関するコミュニケーションは原則「Microsoft Teams」を使用し、データの共有および管理は「Box」もしくは同等のサービスを使用することとする。

5 業務上の注意事項

- (1) 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。
- (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及びその情報のみを処理することとすること。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) 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、全て委託代金に含まれるものとする。
- (5) 業務の遂行に当たり、常に公正かつ中立的な姿勢を保つことを心掛けること。
- (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、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) 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。
- (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) 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、委託代金支払わず、また、既に支払った委託代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) サイトの運用ほか、本業務の実施に関し、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。成果物及び本業務のために収集した資料やデータ等は全て発注者に供与し、その利用、再編集、二次利用は発注者が自由にできるものとする。ただし、再編集や二次利用にあたっては、当初のデザインの意図や品質を尊重することを基本とする。
- (2) 本業務により得られる著作物の著作者人格権について、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9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

各業務に係る委託代金の合計を令和9年4月末の一括払い、もしくは、令和8年7月末、10月末、令和9年1月末、4月末の4回に分割して支払うものとする。なお、受注者決定後、速やかに発注者と協議の上、決定するものとする。

9 その他

- (1) 本業務の遂行にあたっては、令和8年3月に策定予定の新たな方針の目的、方向性および考え方を踏まえ、本業務を実施すること。
- (2) 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。