

西脇市シティプロモーション戦略プラン策定支援等業務委託仕様書

1 業務名

西脇市シティプロモーション戦略プラン策定支援等業務委託

2 業務の目的

平成20年をピークとして人口減少局面を迎えた現在、地方においては、東京圏への過度の人口集中の是正と、将来にわたって活力ある社会の維持が喫緊の課題である。

そんな中、本市は平成28年3月に「西脇市まち・ひと・しごと創生総合戦略」を策定し、若い世代を中心として、全ての市民（※1）が生き生きと暮らし、活躍できる社会の実現を目指した取組について策定した。そして、その重点プロジェクトとして、都市ブランド力の向上・強化を目的とする「シティプロモーションの実施」を定めたところである。

本業務の目的は、シビックプライド（※2）の育成・醸成に軸足を置いた取組によって、本市の強みや地域資源をはじめとする多様な魅力を市内外に効果的に発信し、“選ばれる西脇市”になることを目指す「西脇市シティプロモーション戦略プラン（以下「戦略プラン」という。）」を策定するとともに、戦略プランの実現に向けて、プロモーション活動の一部を実施することである。

3 履行期間

委託契約締結の日の翌日から平成29年3月28日（火）まで

4 業務の内容

(1) 都市イメージ調査と現状分析

本市に対する都市イメージを把握するため、客観的な調査に基づく調査を実施し、本市の都市イメージ、ブランド力等について現状分析を行うこと。必要に応じて、以下の資料を提供する。

ア 観光GAP調査

平成27年度に、本市の知名度等について、兵庫県、大阪府、岡山県在住の住民計1,000人を対象にインターネット調査を行ったもの（兵庫県：大阪府：岡山県＝6：3：1）。

イ 平成27年度まちづくり市民アンケート調査結果報告書

西脇市総合計画・後期基本計画のまちづくり指標等の把握のため、市民1,000人を対象に紙媒体による調査を行ったもの。

回答率は50%程度。

ウ 市職員によるS W O T分析結果

平成27年度に市役所全職員を対象として調査を行ったもの。

(2) 今後目指すべきポジションとターゲットの設定

今後シティプロモーションを展開していく上で、本市の採るべきポジションと、各種プロモーション活動において注目すべきターゲットの設定を行うこと。

(3) 本市の魅力（又は地域資源）の掘り起こし

市内外に発信すべき本市の魅力や地域資源の掘り起こしを行うこと。

ア 市民等の意見や提案を踏まえることができる協議・検討の場又は機会を設けること。

イ SNSなどを積極的に活用し、できるだけオープンな場で共通認識の醸成や共感を得ながら意見をまとめていくこと。

ウ 人と人が繋がる仕組みづくり（コミュニティ・デザイン）を念頭に置くこと。

エ できる限りフィールドワークを行い、効果的な活用方法を提案すること。

オ 必要に応じて、西脇市勢要覧その他の刊行物を提供する。

(4) 戦略プランの策定

都市ブランド力の強化を目的として、次の内容を踏まえた上で具体的戦略を策定すること。

ア 対象期間

平成28年度から平成31年度までの4年間とする。

イ 策定時期

平成28年12月中旬までを目安とする。

ウ 策定に当たって

(ア) 市内向けと市外向けのリソース配分を明らかにすること。

(イ) シビックプライドの醸成や、共鳴・創発を促す視点を欠かさないこと。

(ロ) 重要目標達成指標（K G I）及び重要業績評価指標（K P I）を設定し、P D C Aサイクルを組み込むこと。

(ハ) 具体的なプロモーション活動の実施手法とスケジュール、実施主体、取組体制等を明らかにするなど、地域のステークホルダー（※3）に対して明確な方向性を示せるものとする。

(5) 各種アートワークの制作

本市の都市イメージを効果的に伝えるため、都市の魅力や価値を表現する次のコンテンツを制作すること。

ア 制作物

(ア) ブランドコンセプト

(イ) ブランドメッセージ

(ウ) ロゴマーク

(エ) その他シティプロモーションにおいて、受託者が必要と考えるアートワーク

【ロゴマークの決定方法】

専門家による3案を作成し、広く市民の意思が反映される形で決定する。そのため、決定時期に留意のこと。3案はいずれも事前に商標登録調査を行い、採用可能なものとする。

イ 活用事例の作成

上記アの制作物の活用事例を制作すること。活用事例には少なくとも次の内容を含むこと。

(ア) パンフレット

(イ) 職員用名刺

(ウ) パワーポイントテンプレート

(エ) プレス発表用様式

(6) 自由提案

受託者は、必要に応じて、上記(1)～(5)以外に次の事項に関する提案を行うことができる。ただし、年度内に完結し、かつ、提案価格内で実施できる提案であること。

ア シビックプライドの育成・醸成に向けて、市民が自ら参加するための仕掛けづくり

イ 動画などを用いたコンテンツの制作

ウ プレスへの発信や、クロスメディア（※4）等の活用

エ 効果的な組織構成や運営

オ その他

(7) 今年度内に実施するプロモーション活動

戦略プランの実現に向けて、受託者が主体となってプロモーション活動の一部を実施すること。

5 成果品

- (1) 業務報告書（会議、打ち合わせ等の議事録のまとめを含む。）
報告書 1 部と電子データ
※ ただし、受託者が参加した会議、打ち合わせ等の議事録は、
会議後 1 週間以内に電子データで提出のこと。
- (2) 各種アートワーク
ブランドコンセプト、ブランドメッセージ、ロゴマーク 3 案、
活用事例一式
印刷物 1 部と電子データ
- (3) 西脇市シティプロモーション戦略プラン及び概要版
戦略プラン…印刷物 200部と電子データ
概要版 …印刷物 200部と電子データ
- (4) 上記(1)及び(3)に係る電子データ
マイクロソフトオフィス（2010以上）のアプリケーションファ
イル形式で提出のこと。
- (5) 上記(2)に係る電子データ
Adobe社illustrator又はphotoshop形式で提出のこと。

6 その他

- (1) 受託者は、本業務の全部を再委託若しくは請け負わせてはなら
ない。ただし、事前に書面にて報告し、本市の承諾を得たときは
この限りではない。
- (2) 本市の地域特性を充分理解し、業務を遂行すること。
- (3) 業務の着手に先立ち、工程計画表を提出し、工程管理を的確に
行うこと。
- (4) 業務を円滑に遂行するため、担当者との連絡調整を密に行うこ
と。
- (5) 受託者は、業務の遂行に際し論文等の文献その他の資料を引用
した場合には、その出典を報告書に明記すること。
- (6) 受託者は、本業務で調査収集した文献等資料を本市に提出する
こと。
- (7) 受託者は、西脇市個人情報保護条例（平成17年西脇市条例第22
号）を遵守し、業務上知り得た個人情報等の秘密を他に漏らして
はならない。また、業務終了後も同様とする。
- (8) 本業務の執行等に伴う費用は、本仕様書等に明記のないもので
あっても、原則として受託者の負担とする。
- (9) 受託者は、成果品が、商標権その他第三者の権利を侵害しない
ことを保証すること。第三者から当該諸権利に関して侵害等を主
張された場合の一切の責任は受託者が負うものとする。
- (10) 本委託業務に基づき作成された報告書、計画書等及び成果品に

関する使用权は本市に無償で帰属する。

- (11) この仕様に定めのない事項又は疑義が生じた事項については、必要に応じて市と受託者で協議して決定する。

※ 1 市民

西脇市自治基本条例（平成25年西脇市条例第1号）で定める市民。

※ 2 シビックプライド

出身地に根差した「郷土愛」だけを指すのではなく、「市に対する市民の誇り」や、「本市で暮らし、まちの一員として本市をよりよくするために自分が関わることに對する喜び」などを含めた概念。産業や食などの属性も、シビックプライドの源泉として人の意識を緩やかに結びつけている。

※ 3 地域のステークホルダー

ステークホルダーとは利害関係者の意。ここで言う「地域のステークホルダー」とは、①市民、②市民ではないが本市に関心を持つ人々、③本市と利害関係を有する者を指す。

※ 4 クロスメディア

複数のメディアを組み合わせることで相乗効果を高め、最大限の効果を図ること。