

魚沼市シティプロモーション企画運營業務委託仕様書

本業務委託は、魚沼市財務規則(平成16年魚沼市規則第49号)のほか、魚沼市委託契約条項(令和4年魚沼市告示第159号)及び本仕様書に従い実施するものとする。

1 番号・業務名

令8現単企委第1号 魚沼市シティプロモーション企画運營業務委託

2 目的

本業務は、本市への観光来訪者、移住定住検討者や関係人口の創出・拡大に向けて、本市の魅力や特色を統一的に伝えるブランド・プロモーション戦略を策定し、そのブランド・プロモーション戦略を具現化するコンセプト、キービジュアルやコピーを開発するとともに、特産品である魚沼市産コシヒカリの全国に向けた効果的なPR及び公式キャラクター「うおぬまっち」の活用を含む各施策を、一貫した方針に基づいて企画立案及び実施することにより、本市に対する認知、好意や共感及び関与意欲の向上を図り、継続性のある魚沼市ファンを増やすとともに、市民のシビックプライドの醸成を図ることを目的とする。

また、単年度にとどまらずに本市のブランド力が持続的に向上する基盤を整備し、「知る」「来る」「関わる」「試す」「暮らす」という一連の流れを育てる施策展開を目指すものとする。

3 基本的な考え方

本業務は、本市全体のブランド・プロモーション戦略を横断基盤として策定し、その戦略に基づき、以下の3つの柱の施策を相互に連動させながら一体的に展開するものとする。合わせて、各柱の効果を高めるため、観光・広報プロモーション及び効果測定を横断的に実施し、本市の中長期的な価値向上につなげること。

また、本年度は施策を展開しつつも、次年度以降の本格的な展開に向けた基盤づくりの年とする。

【3つの柱】

柱	テーマ
柱1	本市の特色をいかした移住・定住プロモーション
柱2	魚沼市産コシヒカリプロモーション（お米PR・来訪促進）
柱3	公式キャラクター「うおぬまっち」を活用したプロモーション

4 事業目標

事業目標として成果指標を設定するが、本年度は基盤づくりの年であることを踏まえ、各施策の実施状況及び効果を適切に把握するため、受託者は本業務に係る個別KPIを設定し、本市と協議の上、決定すること。

指標名	目標値
ふるさと納税寄附額	令和7年度寄附金額より30%以上増加(約812百万円)
年間観光来訪者数	令和7年実績より2%以上増加(約3.4万人)
年間観光宿泊者数	令和7年実績より2%以上増加(約3.6千人)
移住相談件数	令和7年度実績(32件)より10%以上増加

5 業務内容

委託する業務の内容は、次の(1)から(6)までとし、「3 基本的な考え方」に基づき事業の実施に向けた企画の立案、関係者との権利関係の調整及び業務に関わる運営等を一括して行うものとする。

また、本業務の取組内容及び成果について、市民に分かりやすく伝わるよう配慮すること。具体的な手法(市報、SNS、市公式サイト、イベント等を活用した市民向け情報発信等)については、受託者から提案すること。

(1) ブランド・プロモーション戦略の策定

本業務全体を統合するブランド・プロモーション戦略を策定すること。

ア 本市の魅力や特色を踏まえたブランドコンセプト設計

イ ブランドコンセプトに基づくキャッチコピー・キービジュアル開発

ウ ア、イに基づく次年度以降の展開に向けた中長期(3か年程度)のプロモーション戦略設計

【ア～ウ共通事項】

- ・提案者の知見や創意工夫を踏まえ、複数案を提示するなどにより、本市と協議、共創しながら創り上げること。そのための手法や展開方法を提案すること。
- ・市民にとっては、本市への愛着度を、本市へ移住等を検討する者や関係する者にとっては、好意や共感性を高め「知る」「来る」「関わる」「試す」「暮らす」への関心を育てるものであること。

【主な成果物】

- ・ブランド・プロモーション戦略書(ターゲット設定、コンセプト等を含む)
- ・キャッチコピー・キービジュアル
- ・ブランドガイドライン(柱2・柱3への展開ルールを含む)
- ・中長期プロモーション戦略書(3か年ロードマップ、KPI体系、年間プロモーションスケジュールを含む)

(2) 移住・定住に係る施策・プロモーションの企画提案・実施

本市の特色をいかしつつ、雪国での生活への理解も深められるよう本市での暮らしが誠実かつリアルに伝わる内容とすること。

ア 移住・定住施策の戦略策定

移住・定住施策全体の戦略とし、ターゲット、ペルソナ設定や「知る」「来る」「関わる」「試す」の各層が次の層へステップアップし、最終層の「暮らす」へと育てる一連の導線設計を含むものとする。

また、次年度以降の実装に向けた中長期的なプロモーションも検討すること。

イ 「おかえり」プロモーションの企画立案及び実施

首都圏等に在住する本市出身者に対し、Uターンを促すおかえりプロモーション企画をすること。また、市民にとっても、愛着度や定住への意識を育てるものであること。

【ア、イ共通事項】

- ・提案者の知見や創意工夫を踏まえた提案とし、本市と協議、共創しながら創り上げること。そのための手法や展開方法を提案すること。

ウ 移住・定住事業に係るプロモーション

本年度実施予定の子育て世代移住体験ツアーや首都圏での相談会開催等の本市の移住・定住事業のPRをするものとする。

- ・PRする施策は、本市と協議して決定すること。
- ・効果的にプロモーションできる媒体を検討すること。

(3) 魚沼市産コシヒカリのプロモーションの企画提案・実施

別紙1「メインディッシュになるお米」を活用したメディア発信による魚沼市産コシヒカリの全国に向けたブランド認知拡大を図るとともに、ふるさと納税寄附額の増加及び本市への来訪促進につなげる企画とすること。

ア 新聞広告

- ・全国紙カラー15段1面 1回

イ Web広告

- ・Google・Yahoo!等のディスプレイ広告及び検索広告を3か月以上運用すること。
- ・ふるさと納税の寄附需要が高まる時期に合わせて重点配信を行うこと。
- ・目標運用：クリック平均単価30円以下
- ・動画素材（15秒程度、タテ型/ヨコ型）を制作し、動画・音声媒体への配信も検討すること。
- ・本市HP、ふるさと納税や観光来訪につながる導線も検討すること。

ウ 東海道新幹線車内冊子「ひととき」

- ・10月号表3（枠確保済）

エ アからウ以外で、効果的なメディア

※アからウの実施は必須

※別紙1「メインディッシュになるお米」のビジュアル使用を原則とし、ビジュアルデータは本市から提供する。

(4) 公式キャラクター「うおぬまっち」を活用したプロモーション

公式キャラクター「うおぬまっち」を活用し、うおぬまっちへの好感を醸成し、本市そのものへのファン化や来訪動機へつなげる内容とすること。

ア 本市が既に設定しているうおぬまっちの基本データ（性格、好きなもの等）を土台とし、各種媒体で一貫した発信ができるよう設定や世界観の拡張・確立

・成果物として、発信時の世界観、口調などのうおぬまっちのキャラクターガイドライン(世界観設定)をまとめること。

・本業務にグッズの企画や販売は含まない。

イ うおぬまっちを活用したプロモーションの企画提案・運営

・うおぬまっちの認知度や好感度を醸成し、市民も楽しめる、また参加できるようなプロモーションとすること。

・ファン化につながるよう継続性が見込めるものとし、契約期間中に1回以上実施すること。

ウ 上記ア、イのほか、うおぬまっちを活用した本業務の目的達成に資する効果的な施策があれば自由に提案すること。

(5) 観光・広報プロモーション企画提案・実施

ア プレスリリース配信(PR活動)

本市の季節ごとの情報や話題を全国に向けて発信し、認知拡大や来訪促進を図るもの

・配信サービスを活用し、3回以上の配信とすること。

・観光情報のほか、イベントや本市の話題性のある情報を盛り込むこと。

イ 大農業祭でのブース出展企画

例年10月中旬にJA魚沼様主催の大農業祭において、シティプロモーションブースを出展し、3つの柱について一体的にPRするもの

・出展規模はイベントテント2張(6坪)程度で、出店申請やイベントテントの確保は本市において行う。

(6) 効果測定の実施

本業務全体について効果測定及び検証を実施すること。4事業目標に掲げる指標に加え、各施策の個別KPIを設定し、定量的に効果を測定し、検証結果を踏まえ、次年度以降の改善点についても提案すること。

6 追加提案

本市が要求している業務以外に、目的を効果的に達成するために有効な提案があれば自由に提案すること。ただし、本市からの事業費の追加はないものとする。

7 業務の履行期間及び履行場所

(1) 履行期間

契約締結の日から令和9年3月31日（水）まで

(2) 履行場所

魚沼市内ほか首都圏や関西圏を中心としたプロモーション実施場所

8 本業務完了後に提出する成果物

受注者は、本業務の完了後、速やかに次の成果物を提出すること。

(1) 業務履行届 1部

(2) 業務実績報告書 1部

※業務実績報告書には、実施業務における効果検証を踏まえた上で、今後本市において同様の事業展開した場合における改善方法についても記載すること。

(3) 各施策における成果物

(4) (2) のデータを収めたCD-R又はDVDなどのメディア 1枚

9 業務の進行管理

(1) 定例報告

受注者は、月1回以上、業務の進捗状況を本市に報告すること。

(2) 中間報告

受注者は、業務期間の中間時点において、各施策の実施状況及び効果測定の間接結果を報告すること。

10 権利関係及び知的財産権について

(1) 本業務の遂行に当たっては、著作権や肖像権等、第三者の権利を侵害しないよう十分に留意すること。

(2) 本業務の成果物が仕様と反することが判明した場合には、受注者は、納品後であってもデータの修正を行うこと。

(3) 本業務により生じた知的財産権は、原則として本市に帰属することとし、本市は事前の連絡なく加工及び二次利用できること。ただし、受注者が従来から権利を有していた受注者固有の知識、技術に関する権利等（以下「権利留保物」という。）については受注者に留保されるものとし、この場合、本市は権利留保物についての当該権利を非独占的に使用できること。

(4) 納入される成果物に第三者が権利を有する知的財産権等が含まれる場合は、受注者は当該既存知的財産権等の使用に必要な費用の負担及び使用許諾契約等に関わる一切の手続を行うものとする。

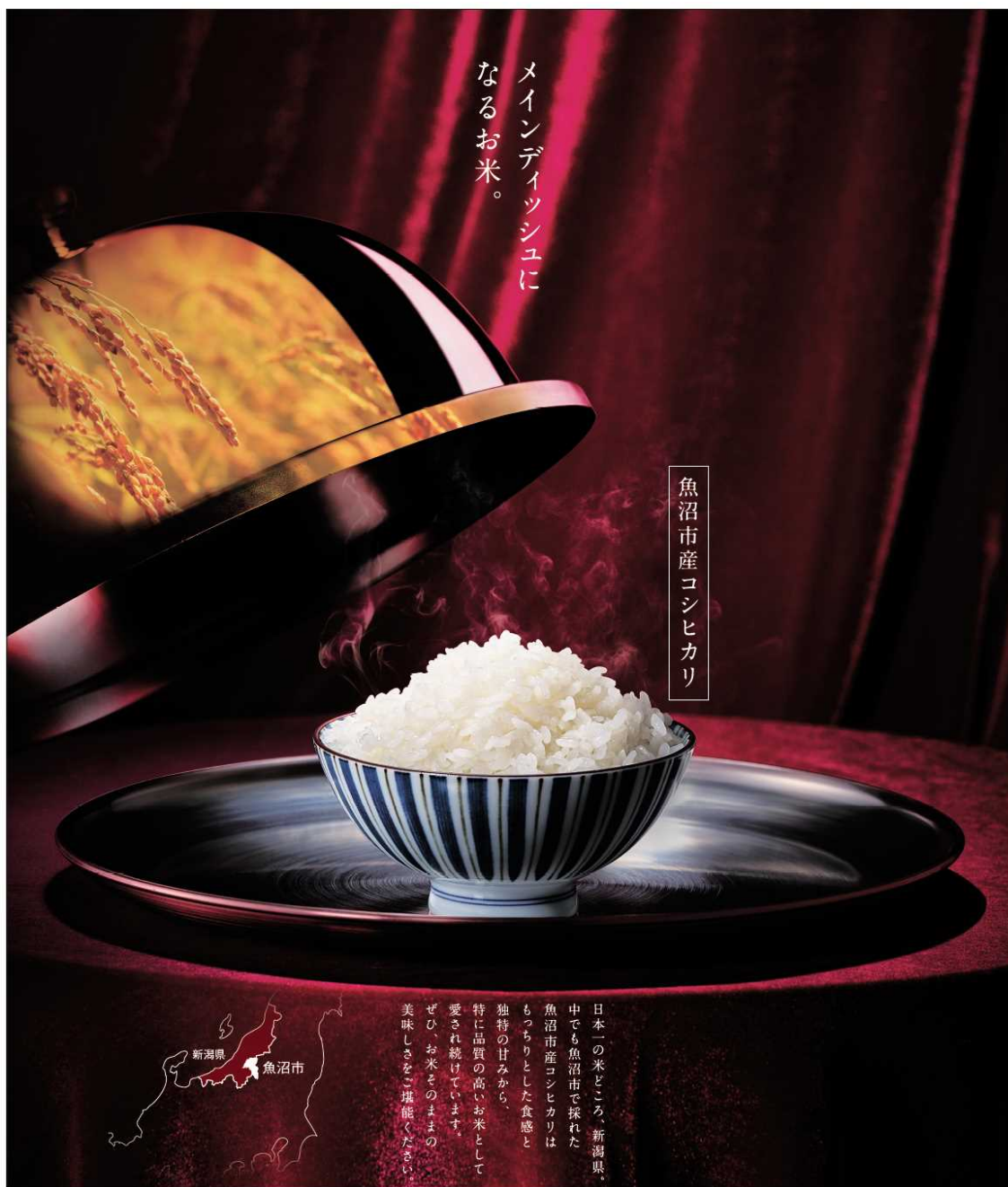
11 業務委託料の支払方法

業務終了報告及び検査合格後、適法な請求書を受理してから30日以内に支払う。

12 その他

この仕様書に明記されていない細部の事項及び業務の実施に当たり疑義が生じたときは、両者が協議してこれを解決するものとする。

別紙1 「メインディッシュになるお米」



<参考資料>

- ・ [第三次魚沼市総合計画（仮称）策定に関する市民アンケート調査結果報告書](#)
- ・ [魚沼市特定居住促進計画](#)