

おうめをみつける戦略支援業務委託仕様書

1 件名

おうめをみつける戦略支援業務委託

2 適用範囲

本仕様書は、青梅市（以下「発注者」という。）が実施する「おうめをみつける戦略支援業務委託」（以下「本業務」という。）に適用する。

3 業務概要および目的

令和6年度に策定した「青梅市移住・定住促進プラン」（以下「プラン」という。）で設定したペルソナに対し訴求力を持ち、青梅を知ってもらうための取組を一元的かつ戦略的に推進するに当たり、ポータルサイトおよびWEB等の媒体に対するメディアプロモート活動等を行い、本市のメディア露出獲得を強化することで、首都圏を中心とした移住希望者に対し本市での暮らしや市の魅力を伝え、移住先としての認知獲得およびブランドイメージの定着を目的とする。

4 履行期間

契約の締結日から令和12年3月31日まで

5 委託業務内容

受注者は、本業務において以下の業務を行うこと。

(1) ポータルサイトの保守・運用管理

ア 市が構築した「青梅市移住・定住ポータル」について、発注者からの依頼にもとづき、保守・運用管理を行うこと。

イ 令和6年度までのポータルサイトをもとに課題点を洗い出し、新たな提案を行うこと。

ウ 発注者からのシステム操作および不具合・障害等の発生に関する問合せに対して、速やかに対応すること。

エ 受注者がウェブサイト内の不具合・障害等を検知した場合、速やかに一時対応を行うとともに、障害箇所、影響範囲および障害の現状を発注者に報告をすること。

オ 障害対応の実施方法等については、受注者から発注者に対して具体的に提案を行うこと。

カ サイト運営に必要なサーバは、現行のサービスであるAWSを使

用し、内容をすべて引き継ぐこと。その際生じるサーバ使用料、セキュリティ、ドメイン獲得料等などの経費は、全て契約金額に含むものとする。なお、現行のサーバを使用しない場合は、受注者は使用するサービスを発注者へ提案し承認を得ること。

キ 「お知らせ」「インタビュー」「空き家バンク」「イベントカレンダー」「FAQ」については、現行ポータルサイトに導入しているWordPressを用い容易に修正・追加・削除ができるようにすること。

(2) 移住者向けガイドブックの更新・印刷

ア 令和4年度に発注者が作成した移住者向けガイドブックのメインビジュアルの世界観や内容を踏襲しつつ、以下に掲げるものを全て含むこと。

(ア) 市の概要紹介

(イ) プランに掲げる「自然環境」「歴史・文化」「都市機能」3つの要素のグラデーションの豊かさという強みの紹介

(ウ) プランで設定したペルソナと属性を同じくする先輩移住者3名以上のインタビュー記事を掲載したポータルサイトに繋がる二次元コードとその概要

(エ) 青梅でのライフスタイル一例

(オ) 市の支援制度等紹介

(カ) その他受注者から提案があり、発注者が受注者と協議の上、掲載することとしたもの

イ A5横判カラー刷り（表紙キンマリSW93.5kg、中キンマリSW菊76.5kg＋あじろ綴じ）とし、表紙、裏表紙を含めて28ページ程度とすること。

ウ 校正は色校を含め3回（レイアウト校正、再校正、色校正）とする。ただし、校正を行った時点で発注者の指示した箇所の修正が反映されていない場合など、必要に応じてさらに校正を行うものとする。

エ メインビジュアルについては、必要であれば、市が令和4年度から令和6年度までの間に作成した移住・定住プロモーションキービジュアルを使用することができる。

オ 受注者は、発注者と協議の上、受注者が指定する場所に移住者向

けガイドブックを配架・頒布等すること。ただし、そのうち少なくとも500部は、発注者が令和7年9月13日に参加するイベントでの使用を予定しているため、期日までに作成を行い、納品すること。

なお、上記の500部について、期日までに作成ができない場合は、受注者は、発注者と内容を協議の上、簡易版500部を別に作成・納品することに替えることができるものとする。

(3) 移住・定住SNSおよびポータルサイト掲載用のインタビュー記事を含む魅力発信記事の作成

ア 市の運営するインスタグラムアカウント「my_home_my_ome」および「青梅市移住・定住ポータル」へ掲載するため、先輩移住者や市民のインタビュー記事を含む魅力発信記事を2ヵ月に1回作成する。

イ インタビュー記事の題材とする人物の選定については、これまでのインタビュー協力者からの紹介や移住者のSNS発信等も参考にしながら、受注者と発注者が協議の上決定するものとする。

(4) #おうめ推しデジタルアートコンテストの企画・運営

ア #おうめ推しデジタルアートコンテスト概要

市民や事業者、移住希望者が作成した写真や動画などのデジタルコンテンツをインスタグラム等へ投稿し魅力発信を行うイベントを行い、既存のSNS利用者の発信意欲向上を図るとともに、市が潜在的に有する文化的な奥深さを広く市内外に知らしめ、文化的なブランドイメージの向上を目指す。

イ #おうめ推しデジタルアートコンテスト詳細

(ア) 受注者は、投稿イベントの企画・運営を行うこととする。

(イ) 「#おうめ推し」を用い、イベントのプロモーションを行うこととする。

(ウ) 本イベントの参加者や投稿内容を捕捉し、その実績数等を報告することとする。

(エ) 応募者の中から入賞者を10名程度選定すること。なお、賞の区分および選定の方法は発注者と協議の上決定する。

(オ) 入賞者への賞品は税込み1万円程度の市特産品とし、受注者から賞品の提案を行い、発注者と協議の上決定する。

(カ) 本コンテストで使用するプラットフォームは、原則現行のものとする。なお、現行のものと異なるプラットフォームを使用する場合は、発注者と協議の上決定すること。

(5) 独自提案事業

受注者は、事業者選考時の独自提案事業について、実施をすること。なお、事業の詳細については、受注者および発注者で協議の上、決定するものとする。

(6) プロモーション

ア メディアプロモーション

発注者が実施する事業・イベントや、発注者が提供するまちの情報等を活用し、「青梅でのくらし」や「青梅市の魅力」について、ペルソナにとって親和性の高い媒体に積極的に売り込み、メディアへの露出を拡大すること。

イ 広報・広告

受注者は、ペルソナに確実に訴求し、映像の視聴や広告物の閲覧などを促す媒体によって、市の魅力を市の内外にPRし、青梅市の認知度を高めていくこと。ただし、インスタグラム等でのSNS広告の実施は必須とする。

(7) 効果測定・検証

受注者は、委託業務の効果測定および検証を図るため、プランで設定されているKPIを踏まえ、目標およびKPIの設定を行うこと。その上で、位置情報ビッグデータやWEBサイトのアクセス解析情報などデジタルデータ等を用い、業務の効果測定・検証を行い、今後の業務の成果向上を図ること。

(8) 各年度ごとの業務数量・工数

受注者は、別表に示す業務数量・工数で業務を進めること。

6 おうめをみつける戦略基本方針

第5項で掲げる委託業務内容を展開するに当たっては、次の内容を基本的な方針とすること。

(1) 受注者と発注者が同じ目標に向かって事業を実施できるよう、プランを熟読し目的など内容を十分理解した上で業務を企画・実施すること。

- (2) 自然や歴史・文化など、青梅市の強みからイメージできる世界観や獲得すべきペルソナの嗜好を最大限考慮し、制作物等のデザインに一貫性を持たせ、業務全体の雰囲気統一すること。
- (3) ペルソナが実際に制作物に触れ、閲覧・視聴などする際に、使いやすさ見やすさのほか真新しさや面白さなどを重視し、心地よいと同時に心に残る利用体験を提供できるものであること。
- (4) 各種業務は、常に最適同期し、相乗効果・波及効果の最大化を図ること。

7 委託条件

(1) 法令順守

本業務に当たっては、本仕様書および発注者の定める契約書によるほか以下の関係法令に準拠して行うこと。

ア 個人情報の保護に関する法律（平成15年法律第57号）

イ 著作権法（昭和45年法律第48号）

ウ 青梅市個人情報の保護に関する法律施行条例（令和5年3月31日条例第7号）

エ 青梅市個人情報の保護に関する法律等施行規則（令和5年3月31日規則第5号）

オ その他関係法令

8 引継ぎの実施

- (1) 受注者は、業務受託後、発注者または発注者の指定する者からの業務の引継ぎが必要となった場合には、引継ぎに要する期間を本契約期間中に設け、円滑に業務の引継ぎを行わなければならない。特に、移住希望者にとって青梅市への入口とも言うべき移住・定住ポータルサイトについては、その継続性を損なうことなく業務を行うこと。
- (2) 受注者は、契約期間終了に伴う発注者または発注者の指定する者に対する業務の引継ぎが必要となった場合には、引継ぎに要する期間を本契約期間中に設け、円滑に業務の引継ぎを行わなければならない。特に、移住希望者にとって青梅市への入口とも言うべき移住・定住ポータルサイトについては、その継続性を損なうことなく業務を行うこと。
- (3) 契約期間終了に伴う業務の引継ぎに際し、発注者および発注者の指

定する者からの資料等の請求については、受注者の不利益になると発注者が認めた場合を除き、受注者はこれに全て応じるものとする。

- (4) 契約期間終了に伴う業務の引継ぎに際し、発注者が受注者の引継ぎ未了と認めた場合は、委託期間終了後であっても受注者は無償で業務の引継ぎを行うものとする。

9 秘密の保持

受注者は、本業務で知り得た事項を発注者の承認を得ずに他に漏らしはならない。

また、この取扱いは、契約期間の満了または解約により契約が終了した後も同様とする。

10 成果品

本業務の成果品は以下のとおりとする。

なお、成果品については紙面出力（ファイル綴じ）ならびに電子データ（DVDまたはHDD等）にて納品すること。ただし、紙面出力できないものについては電子データのみとし、電子データの形式については発注者の了承を得ること。また、成果品の納品期日は、別途発注者から指定するものとする。

- (1) 業務計画書 1 式
- (2) 業務実施体制図 1 式
- (3) 打合せ記録簿 1 式（日常的な打ち合わせに加え、令和9年度に業務内容見直しのための中間打合せを行う）
- (4) 移住者向けガイドブック 25,000部（5,000部×5年間）
- (5) メディアプロモート・広報等業務報告書 1 式
- (6) 効果測定・検証結果報告書 1 式
- (7) 業務実施報告書（1 式×5 年間、5 年間の中間報告書および最終報告書）
- (8) その他、発注者が指示した成果品 1 式

11 権利の帰属

本業務による成果品および付帯する動画、写真、画像および原稿などの著作権および所有権は、使用する市販ソフトウェア（受注者保有のパッケージソフトウェアを含む）の著作権を除き、全て発注者に帰属するものとし、全て契約金額に含むものとする。

12 委託料の支払い

委託料は、本業務の完了後、発注者が履行内容を検査し、当該検査に合格後、受注者からの請求にもとづき、年度ごとに5回に分けて支払うものとする。

13 その他

本仕様書に定めのない事項および業務遂行上疑義が生じた場合等については、その都度発注者と受注者で協議の上、処理するものとする。

別表

	項目	令和7年度 (2025)	令和8年度 (2026)	令和9年度 (2027)	令和10年度 (2028)	令和11年度 (2029)
1	ポータルサイト	7月	12月 令和8年度から11年度の内発注者の希望する時期に、中規模な新規ページの追加・改修を想定	12月	12月	12月
2	ガイドブック	5,000部	5,000部	5,000部	5,000部	5,000部
3	魅力発信に資する記事作成	4回 インタビュー記事は2回以上	6回 インタビュー記事は3回以上	6回 インタビュー記事は3回以上	6回 インタビュー記事は3回以上	6回 インタビュー記事は3回以上
4	デジタルアート	1回以上	1回以上	1回以上	1回以上	1回以上
5	独自提案	過去3年間の市の取組実績を踏まえ、移住先としての認知度向上を図るイベントやマスメディアを活用した市の魅力のPR等で、毎年度同事業の実施や5年間を通した単一事業の実施など、手段・回数を問わず受注者の自由な発想により、5年間で20,000,000円程度の規模感で提案すること。				
6	プロモーション	移住・定住プランで掲げるポータルサイトアクセス数およびInstagramのフォロワー数の目標数値以上の効果が見込めるプロモーションを行うとともに、本仕様書で示すイベント等の集客を上げるための周知を行うこと。				