

業務説明資料

本説明書に記載した内容は、本プロポーザルのみの設定条件とし、将来の業務実施の条件となるものではない。

1 件名

横浜 I R（統合型リゾート）広報関連業務委託

2 履行期間

契約締結日から令和 3 年 3 月 19 日まで

3 納品場所

横浜市中区本町 6 丁目 50 番地の 10

4 業務目的

横浜市が実現を目指す I R について、市民の皆様にご理解いただき、その実現に共感いただける方を増やしていくことを目的とする。（横浜 I R の方向性（素案） p. 94, 95 参照）

なお、横浜 I R の内容については、以下の資料を参照すること。

- ・市民説明会資料

(<https://www.city.yokohama.lg.jp/city-info/seisaku/torikumi/IR/shiminsetsumeikai.html>)

- ・広報よこはま特別号

(<https://www.city.yokohama.lg.jp/city-info/seisaku/torikumi/IR/20191220.html>)

- ・横浜 I R の方向性（素案）（パブリックコメント中）

(<https://www.city.yokohama.lg.jp/city-info/seisaku/torikumi/IR/houkousei.html>)

5 業務内容

I R の理解促進のため、広報・P R 計画の策定、全ての広報媒体のコンテンツ制作、パブリシティ等を一括して委託し、広報・P R のトータルプロモーションを実施する。

横浜市においても、市民説明会や広報誌の配布等を行うが、本業務においては、メディアの活用等について、受託者の専門的なノウハウやネットワークを発揮した戦略的・効果的な広報・P R の実施を期待している。

(1) 広報・P R 計画の策定

「業務内容（補足）」において提示するターゲットを念頭に、戦略的・効果的な広報・P R 計画を策定すること。なお、計画の策定においては、「業務内容（補足）」において提示する事業スケジュールを参照すること。

(2) コンテンツ制作等

ア イメージビジュアルの制作

横浜 I R は「横浜イノベーション I R」を基本コンセプトとしている。この市の取組の認識・理解を促進するためのイメージビジュアルを制作すること。主に事業予定者選定までの期間に活用することを想定している。デザイン案は 2 つ以上作成し、事前に担当課の確認及び指示を受けること。

イ 広報よこはま特別号のデザイン及び版下の作成

年 2 回の発行を予定している。デザインは、2019 年 12 月に発行した特別号をベースとすること。デザイン案は 2 つ以上作成し、事前に担当課の確認及び指示を受けた上で、版下を作成すること。

デザイン作成に当たって使用する題字データ、本文テキストデータ及び写真データは、原則として市から提供するが、イラスト、グラフ・図表は作成すること。

- 【仕様】
- ・ サイズおよび体裁 タブロイド判 4 ページ（1 枚 2 つ折り）
 - ・ 色 4 色刷り
 - ・ 版下データ形成 Adobe Illustrator

ウ デジタルサイネージ用動画の作成

デジタルサイネージ用の動画を作成すること。主に横浜市新市庁舎内で活用することを想定している。素材となる写真データは、原則として市から提供するとともに、「業務内容（補足）」において提示する広報動画も活用することができる。

- 【仕様】
- ・ 縦型、15 秒

エ 理解を促進するためのコンテンツの制作

(3)(4)の業務、もしくは、web サイト掲載による理解促進に必要となる場合は、新たなコンテンツを制作すること。

オ web サイトとの連携

本業務には web サイトの構築は含まれないが、横浜市において、別途受託者を選定し、同時期に web サイトの構築を行うことを予定している。当業務でのトータルプロモーションの対象には web サイトも含めることとし、web サイトの業務受託者と連携し、web サイトのデザインの監修等も行うこと。

(3) プロモーションの実施

ア 国内の各種媒体への広告掲出

広告枠を買い取り、原稿の作成・入稿を行うこと。例えば、新聞・雑誌広告、web 広告、交通広告などを想定している。（例示を全て実施する必要はない。）

イ デジタルプロモーション

web や SNS を利用したプロモーションを行うこと。

(4) パブリシティの獲得

ア パブリシティ獲得のためのセールスシートの作成

現在の報道の状況等を踏まえ、セールスシートを作成すること。

イ パブリシティの獲得

メディアへの取材誘致を行い、原稿の作成・入稿、メディアとの調整及び露出を行うこと。提案にあたっては、露出が高く見込め、かつ、獲得が想定される具体的な媒体を含め

ること。なお、ペイドパブや、広告枠を買い取り大型メディア露出につなげるようなタイアップも提案に含めることができる。

<アプローチ希望先>

- ① 首都圏キー局を中心としたテレビ媒体の番組及び取材誘致
- ② 雑誌等への特集掲載
- ③ ネットTV、ネット記事

ウ 記者発表内容やイベント情報等のニュース配信

(5) 危機管理に関するアドバイザー

当該広報・PR全般に関して、危機管理の観点からの市の相談に応じること。

(6) 効果測定

広報・PR活動を実施したことによる効果を適切に測定し、その結果をその後の活動に反映すること。実施回数は、業務開始前、中間期、業務終了前の3回を想定している。

(7) 業務打合せ

業務を進めるにあたり、委託者等と受託者で、必要に応じて打合せを行う。打合せの実施方法等については、市と協議の上、決定すること。

(8) 報告

業務に関する実績（広告等は掲載の状況がわかる画像を含む。）及び効果、分析、評価、その他実施業務に関する報告書を作成すること。

6 成果品

- (1) 報告書：A4判・くるみ製本3部
- (2) 報告書等の電子データ

7 留意事項

- (1) 受託者は委託期間中の業務経過内容全般を把握している担当者を置き、委託者との連絡調整を行うこと。
- (2) 業務の実施に関しては、プロポーザルの内容にかかわらず、委託者と協議の上、業務実施計画を策定し、業務実施にあたっての組織体制と併せて提出すること。
- (3) 受託者は、委託者と十分な協議を行いながら業務を進めることとし、原稿作成等の際には、必ず、委託者の確認及び指示を受けること。
- (4) 本業務の実施のために創作した著作物に係る使用权及び著作権（著作権法（昭和45年法律第48号）第21条から第28条までに規定する権利をいう。）は、写真・イラスト等を含め、全て横浜市に帰属し、受託者はその成果を自ら利用し、または第三者に帰属してはならない。また、横浜市が二次利用を含めて、これを自由に使用できるものとする。