

第 2 期 松山市都市ブランド戦略策定支援業務委託仕様書

本仕様書は、松山市（以下「甲」という。）が委託する「第 2 期 松山市都市ブランド戦略策定支援業務委託契約」に関して必要な事項を定めるとともに受託者（以下「乙」という。）が履行しなければならない事項を定めるものとする。

1 委託業務件名

第 2 期松山市都市ブランド戦略策定支援業務委託（債務負担行為）

2 業務対象区域

業務対象区域は、松山市全域とする。

3 業務目的

本市では、平成 24 年 3 月に松山市都市ブランド戦略ビジョンを、平成 25 年 3 月に松山市都市ブランド戦略プラン（以下、「現行プラン」という。）を策定し、全国の人々から「選ばれる都市」の実現を目指している。現行プランは策定から 10 年以上が経過し、令和 6 年度末で計画期間が終了することから、この間の社会環境の変化を踏まえ、第 2 期松山市都市ブランド戦略（以下、「戦略」という。）を策定するものである。

本業務は、現行プランに基づくこれまでの取り組みを継承するとともに、本市を取り巻く環境を分析し、新しい時代にふさわしいブランドコンセプトを示すとともにブランドメッセージやロゴマークなどを制作し、戦略策定後に、効果的なブランディングやシティプロモーションを展開することを目的とする。

4 適用基準等

本業務の履行にあたっては、本仕様書のほか、契約規則等の関係法令に基づき実施しなければならない。

5 履行期間

契約締結日から令和 7 年 3 月 31 日

※策定スケジュールは、別記 1 「第 2 期都市ブランド戦略策定に向けて」に示すとおり。

6 業務の内容

業務委託の内容は概ね以下のとおりとする。

(1) 現状・将来動向の把握・分析

公的な統計調査を収集するとともに、過去に本市が実施したアンケート調査結果等を有効活

用し、マーケティングのフレームワーク・手法（STP 分析等）により総括的に分析することで、社会情勢や時代の潮流のほか、本市の地域特性や魅力、強み、課題等を把握する。

なお、必要に応じ追加調査を実施する。ただし、提案限度価格内で実行可能で、追加予算を必要としないものに限る。

※乙には、甲から下記の報告書及びデータ等を提供する。

- ・第 7 次松山市総合計画策定に向けた市民意識調査
 - ・第 7 次松山市総合計画策定に向けた県外在住者意識調査
 - ・第 7 次松山市総合計画の策定に向けた小・中学生アンケート
 - ・第 7 次松山市総合計画策定に向けた高校生・大学生等アンケート
 - ・都市イメージ調査（令和 5 年度実施）
 - ・移住者インタビュー（令和 5 年度実施）
- 等

（2）本市のブランドコンセプトの設定

必要な情報・データを整理した上で、別記 1 「第 2 期都市ブランド戦略の策定に向けて」に基づき、甲と協議の上、本市のブランドコンセプトを設定する。

（3）戦略案の作成

設定したブランドコンセプトに基づき、目的達成までのシナリオやターゲティング設定、メディアの活用策、具現化するための行動などを戦略として策定する。

- ①基本目標等の検討
- ②戦略の検討
- ③K P I の検討
- ④推進体制、進行管理手法の検討
- ⑤最終調整、文案作成の支援

（4）本市のブランドを象徴するブランドメッセージ・ロゴマーク等の制作

本市のブランドを象徴するブランドメッセージ・ロゴマーク等の候補を複数案作成し、候補作品は商標登録調査を事前に行う。また、決定したブランドメッセージ及びロゴマークについて、商標登録に係る申請、特許庁との協議、登録完了までの一連の手続きを行う。

（5）ブランド映像の制作

ブランドメッセージ・ロゴマーク等の発表時に、本市のブランドコンセプトや価値を伝えるため YouTube 等のメディアで配信可能な 30 秒程度の映像を制作する。

※ただし、ブランド映像の企画・仕様について、乙から別途提案があった場合は、この限りではない。

(6) ブランドメッセージ・ロゴマーク等の発表方法の検討及び実施

ブランドコンセプトを広く訴求するため、ブランドメッセージ・ロゴマーク等の効果的な発表方法を甲と協議して検討し、実施する。

なお、甲が別途実施するブランディング専用ウェブサイトの構築とも連携する。

(7) 市民参加型のブランディング推進の支援

市民参加によるブランディングを効果的かつ継続的に推進する手法を甲と協議して検討し、その運営や進行管理を行う。

(8) 受注者が提案する効果的な事項（独自提案）

戦略の策定や都市ブランドの確立に向けて、市民参加や機運醸成につながるような効果的な取り組みを提案する。

ただし、提案限度価格内で実行可能なもので、追加予算を必要としないものに限る。

(9) 戦略書（ブランドブック）の作成

戦略の内容を市民等に広く周知するための戦略書の企画構成、図表・グラフ等の作成、構成、データ作成等納品までの業務一式。

(10) その他

①庁内報告の運営支援・資料作成・会議録作成

※報告回数は3回程度を想定

②その他策定にあたり必要な業務

7 業務実施体制の構築

本市のブランド価値に関する分析結果等をもとに方針を提案する「コンサルティングチーム（マーケティング分析の専門家を含む。）」及び、本市のブランド価値を広く訴求するために効果的な表現の企画・制作等を担う「クリエイティブチーム」を構えるとともに、両チームの業務を一元化し、円滑な管理・運営を行う「統括マネージャー」を配置し、本業務を円滑かつ確実に遂行できる体制を構築する。

8 成果品

印刷原稿等は、コンパクトディスク等の電磁的記録媒体によるものとし、成果品はホームページ上での公開を前提に作成するものとする。

電子データは、甲が所有する機器及びソフトウェアで読み出し、閲覧、編集、出力できる形式とする。

また、令和7年3月31日までに最終報告書を提出するものとする。ただし、会議録等、甲

の指定する業務については、業務終了後、速やかに提出するものとする。

- | | | |
|---------------------|----------|-------|
| ①業務報告書 | 原稿及び簡易製本 | 各 1 部 |
| ②調査分析資料 | 1 部 | |
| ③都市ブランド戦略書 | 原稿及び簡易製本 | 各 1 部 |
| ④ブランドロゴマーク | 一式 | |
| ⑤ブランド映像 | 一式 | |
| ⑥市民参加の会議等の会議録 | 1 部 | |
| ⑦その他必要資料 | | |
| ⑧上記成果品の電子データ (CD-R) | 一式 | |

9 成果物に関する権利の帰属

- (1) 乙は、委託業務の成果物に対し、著作権法（昭和45年法律第48号）第21条（複製権）、第23条（公衆送信権等）、第26条の2（譲渡権）、第26条の3（貸与権）、及び第28条（二次的著作物の利用に関する原作者の権利）に規定する権利を、成果物の納入、検査合格後、直ちに甲に無償で譲渡するものとする。
- (2) 甲は、著作権法第20条（同一性保持権）の2に該当しない場合においても、その使用のために目的物の改変を行うことができるものとし、乙はこれに同意し、著作者人格権を主張しないものとする。
- (3) 乙は、成果物が第三者の著作権を侵害しないことを保証し、第三者から成果物に関して著作権侵害を主張された場合の一切の責任は、乙が負うものとする。
- (4) 上記成果物に関する権利について、著作権等で疑義が生じた場合は、別途協議の上、決定する。

10 資料の貸与

甲は、本業務の遂行上必要な資料で、甲が所有しているものについては、これを貸与する。

11 提出書類

乙は、業務の実施にあたって次の書類を甲に提出し、承諾を得るものとする。変更が生じた場合も同様とする。

- (1) 着手届
- (2) 業務主任届
- (3) 作業実施計画書
- (4) 業務工程表
- (5) その他甲が指示する書類

1 2 打合せ・協議

乙は、業務の実施にあたっては、甲と打合せを綿密に行い、作業上の打合せ事項については、協議書又は打合せ記録を作成するとともに、進捗状況を随時報告するものとする。

なお、打合せ・協議には、必要に応じ本市のシティプロモーションアドバイザーも参加する。

1 3 再委託等の制限

乙は、本業務の一部を再委託し、又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、甲の承諾を得たときは、この限りではない。

1 4 機密の保持

乙は、本業務において知り得た情報について、他に漏洩し、又は引用してはならない。なお、この契約が終了し、又は解除された後も同様とする。

1 5 個人情報の保護

本業務を処理するための個人情報の取扱いについては、個人情報の保護に関する法律（個人情報保護法）を遵守するとともに、別記 2 「個人情報取扱特記事項」を遵守しなければならない。

1 6 疑義

本仕様書に定めのない事項及び本業務に関して疑義が生じた場合は、速やかに甲と乙が協議の上、甲の指示に従うものとする。