

メディア戦略事業 業務委託仕様書

〔1〕 委託業務名 メディア戦略事業 業務委託

〔2〕 目的

松山市の市政情報や話題性のある取り組みのほか、本市が持つ様々な魅力（暮らしやすさ・文化・観光資源・都市基盤など）を、SNS上で影響力を持つインフルエンサーに対するリレーション活動や、テレビ、WEB、雑誌等のメディアに対するメディアリレーション活動等により、若者をはじめ全国の人へ発信することで、本市の認知度や好感度、イメージの向上につなげることを目的とする。

〔3〕 履行期間 契約締結日～令和8年3月31日まで

〔4〕 履行場所 市長が指定する場所

〔5〕 事業内容

メディアの取材誘致活動等を通じて、有効な手段を用いて本市ならではの魅力を発信する。特に10代後半から30代の若者をターゲットとし、知名度やイメージの向上につなげるため、全国のメディアで松山市に関する情報の露出を獲得する。

1. インフルエンサーリレーション活動

本市の魅力を的確に伝えるため、若者が多く利用するSNSインフルエンサーへの個別取材誘致活動を実施し、良好な関係性を構築しながら本市情報の露出を獲得すること。なお、本市情報の露出を確実に獲得するため、交通費等の必要経費の一部を補助するなどして誘致を行い、必要に応じて情報提供や現場立会いなど、撮影支援を行うこと。

2. メディアリレーション活動

(1) 個別取材誘致活動

本市の魅力を的確に伝えることができるテレビ番組放送のほか、10代後半から30代の若者が多く利用するWEB、雑誌等のメディアへの個別取材誘致活動を実施することで、本市情報の露出を獲得すること。

① 番組及び記事の獲得に向けた企画提案（随時）

メディアの求めるニーズやトレンド等をリサーチしたうえで、その内容に応じた取材提案シートを作成すること。また、メディアのニーズをヒアリングし、本市にフィードバックすることで、メディアと本市の双方にとって本業務が有益なものとなるように努めること。

②メディアへのアプローチの実施（随時）

市内各地域の持つ魅力（観光、農林水産業、歴史、文化、自然など）について情報を収集・研究し、また、本市が話題化されるための素材等を検討の上、テレビ局・番組制作会社・出版社・WEBサイト運営者を訪問し、制作担当者などを通して個別に取材誘致を行い、露出を獲得すること。

（2）ニュースリリース等の作成・配信

本市が行う事業やタイムリーな話題等、露出獲得に結び付き得るものについて、効果的なニュースリリースを作成し、的確なメディアへ配信して、露出獲得につなげること。

実施回数は年5件程度とする。

（3）取材誘致

市内各地域の持つ魅力や価値を的確に伝え、地域のブランディングを推進するため、波及効果の高いテレビキー局（地上波）の観光・グルメ・情報番組を中心に、個別取材や露出等の誘致活動を行い、10代後半から30代の若者が視聴する時間帯や内容を意識したメディアへの露出の獲得につなげること。なお、本市情報の露出を確実に獲得するため、波及効果の高いメディアの取材については、交通費等の必要経費の一部を補助するなどして誘致を行う。

また、必要に応じて情報提供や現場立会いなど、撮影支援を行うこと。

（4）自由提案

本市の情報に接触する機会を作るために、首都圏メディア向けPRイベントの開催など、効果的な施策を適宜講じるなど、本市の魅力や価値、現在進めているプロモーション活動及び本市が進める施策等とメディアのニーズを踏まえて注目の上がる仕掛けづくりを行うこと。

ウェブメディアやSNS等での情報拡散の企画など自由に提案すること。なお、最終的な内容は本市と協議の上、決定する。

3. 効果測定

パブリシティ活動及びインフルエンサーやメディアでの発信活動による効果を測定するため、獲得した番組や記事等並びにメディアとの良好な関係の上で獲得した情報露出のクリッピングを行い、露出一覧表（広告換算を含む）とともにデータにより提出すること。

また、パフォーマンス効果として、ターゲット層の意識変化や態度変容等の検証、SNS等をはじめとした反響についても測定すること。

加えて、協力が得られる場合は、メディアで取り上げられた施設（者）に、その反響等をヒアリングし、報告すること。

4. パブリシティ強化のための庁内体制への助言及び勉強会の開催について

全国に向けてのパブリシティ強化のため、本市が行う事業やタイムリーな話題について庁内の関係部局と情報共有を図る取組に対し、メディアPR・パブリシティの観点から有効な助言等を適宜行うこと。また、PRに関する専門家を招聘し、勉強会を1回開催すること。

5. 定期的な打ち合わせ（業務報告会）

本業務の活動状況や成果等について市と情報共有するため、業務報告やPR戦略を協議する定期的な打ち合わせを行うこと。

〔6〕その他運営上の要件

1. 事業方針

「第2期松山市都市ブランド戦略」を踏まえた事業方針とすること。

2. 成果指標

広告換算10億円以上の露出を獲得すること。インフルエンサーが発信した投稿を見たユーザーの累計50万人以上を獲得すること。

3. 実施体制

実施体制には、統括責任者を置き、PR業務のメイン担当を明確化し、業務全般の活動を一元化すること。

4. 年間の事業実施スケジュール（事業計画書）及び月次活動計画書・報告書の作成

契約締結後速やかに、年間の事業実施スケジュール（事業計画書）を作成し、提出すること。ただし、社会情勢に応じて、市と協議し、適宜スケジュールを見直し、最善の事業実施が行えるようにすること。

また、翌月に前月の月次報告書を提出すること。月次報告書には、コンタクトしたメディアに関する情報、その反応や進捗、次の展開についての提案をまとめること。なお、3月分は3月31日までに提出すること。

5. 事業実績報告書の作成

事業実施後において、事業実績報告書を作成し、提出すること。

6. 留意事項

取材誘致費は、本市と協議の上、委託料の中で負担すること。

〔7〕成果品

メディア戦略業務報告書

〈内 容〉本業務委託により実施した活動実績。

本業務委託を通じて掲載された記事及び番組等の実績。

〈数 量〉印刷物2部及び電子データ（テレビ番組については、DVDにて納品）

（電子データのファイル形式）

※Microsoft Office Word 又は Excel 形式とする。

〔8〕 契約に関する条件等

1. 再委託等の制限

受託者は、本業務の全部又は一部を再委託若しくは請負わせてはならない。ただし、本業務の一部について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. 成果品の利用及び著作権

- (1) 受託者は、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、直ちに松山市に譲渡するものとする。ただし、成果品に掲載する画像データを外部に提供しようとする際は、受託者と協議の上決定するものとする。
- (2) 松山市は、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、受託者はこれに同意し、著作者人格権を主張しないものとする。
- (3) 受託者は、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、受託者が負うものとする。

3. 業務の履行に関する措置

本市は本業務（再委託した場合を含む）の履行につき著しく不相当と認められるときは、受託者に対して、その理由を明示した書面により、必要な措置をとるべきことを要求することができる。受託者は、上記要求があったときは、当該要求に係る事項について対応措置を決定し、その結果を要求のあった日から10日以内に松山市に書面で通知しなければならない。

4. 機密の保持

受託者は、委託事業の処理上（再委託した場合を含む）知り得た秘密を他人に漏らしてはならない。この契約が終了し、又は解除された後においても、同様とする。

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を遵守するとともに、別記「個人情報取扱特記事項」を遵守しなければならない。