

生駒市デジタルプロモーション強化業務 仕様書

1 業務名

生駒市デジタルプロモーション強化業務

2 目的

本市では、第 6 次総合計画や都市計画マスタープランで定められた「多様な生き方や多様な暮らし方に対応できるまちを目指す」というまちづくりを実現するために、生駒市公式 PR サイト「good cycle ikoma」（以下、PR サイト）や SNS など多様なデジタルメディアを活用したプロモーションを行っている。

本業務では、PR サイトや動画、パンフレット、ウェブ広告など多様なデジタルメディアを制作・運用し、効果的に組み合わせてプロモーションすることで、主なターゲットである市内外の 25～44 歳の働き盛り世代に効果的に本市の市政情報や地域の魅力を届け、市内の方には推奨・参加・感謝意欲の向上を、市外の方には「生駒市を訪れたい」「生駒市に住んでみたい」といった興味・関心につなげることを目指す。

3 業務期間

契約締結日～令和 8 年 3 月 31 日（火）

4 業務内容

(1) 本市デジタルメディアの現状分析及びテーマ・ターゲット設定

PR サイト及び本市公式 Facebook・Instagram アカウント「グッドサイクルいこま」について現状分析を行い、本業務におけるテーマ及び詳細なターゲットを設定すること。必要に応じて既存の統計資料、各種基礎調査、生駒市認知度・イメージ調査結果等と合わせて情報分析を行うこと。

（本市 PR サイト・SNS の URL）

- ・ PR サイト「good cycle ikoma」→<https://goodcycleikoma.jp> (Wordpress で作成)
- ・ Instagram「グッドサイクルいこま」→<https://www.instagram.com/goodcycleikoma/>
- ・ Facebook「グッドサイクルいこま」→<https://www.facebook.com/goodcycleikoma>

（本市が提供できる資料等の一例）

- ・ PR サイト及び SNS アカウントのインサイトに関する情報
- ・ 令和 6 年度市民実感度調査
- ・ 人口統計に関するデータ（年齢別人口、転出・転入者数の推移等）
- ・ 令和 4 年度～令和 6 年度生駒市認知度・イメージ調査結果

(2) クリエイティブ制作業務

(1) を踏まえたクリエイティブとして、ランディングページ、ショート動画、パンフレットを作成すること。いずれも、企画・デザイン・取材・文章作成・編集等の制作に係る業務一式を行うものとし、いずれも本市と協議のうえで内容を確定させること。なお、素材（写真・ロゴ等）は本市が提供する場合がある。また、制作業務にあたっては、著作権・肖像権その他の権利関係に十分配慮し、必要に応じて関係者からの許諾を取得すること。取材や撮

影を行う際には、場所の使用許可や関係機関との調整も受注者が行い、権利上の問題が生じないよう責任をもって対応すること。

(ア) ランディングページ（LP）の制作

- ・ LP は PR サイト内に制作すること。
- ・ これまで PR サイトで発信してきた記事内容や PR サイトのトーンアンドマナーを参考にしながら、効果的なデザインや写真、キャッチコピー等も用いて表現し、ターゲットに訴求するページを作成すること。
- ・ LP は本仕様書(3)広告配信業務における遷移先として活用する。
- ・ 本業務終了後も LP が継続的に閲覧されるよう SEO 対策等を施すこと。
- ・ 校正は 3 回程度とする。

(イ) ショート動画の制作

- ・ 視聴者が本市での暮らしを連想することができ、暮らしの魅力や特徴が分かりやすく伝わる動画構成とすること
- ・ 多くの視聴者の興味・関心を誘引するようなデザイン・動画構成とすること。
- ・ 撮影前に絵コンテや台本等動画構成が分かる資料を制作すること。
- ・ 動画は 15 秒～1 分未満の縦型ショート動画とし、3 本以上作成すること。
- ・ 撮影は原則市内で行うものとし、必要に応じて市外での撮影も可能とする。
- ・ 撮影した動画の編集作業（音楽、ナレーション、テロップの挿入なども含む。）を行う。動画の完成までに、本市による内容確認及び修正等の指示を受ける。各動画の校正は 3 回程度とする。
- ・ 完成後、サムネイル画像（jpeg 形式）と二次利用が可能な白データ（テロップ、BGM、効果音等を含まない動画素材データ）もあわせて提出すること。白データは、今後の市公式 SNS 等における再編集・再利用を目的とするものである。
- ・ 完成した動画は、市が管理するサイトや SNS、YouTube などに掲載する他、本市が実施又は参加するイベントなどでの放映、その他、市が必要と認めた場所での放映又は配信する。

(ウ) パンフレットの制作

- ・ 移住検討者に対して、本市の市政情報や地域の魅力を伝える内容とすること。
- ・ 本仕様書(ア)、(イ)で用いた素材（写真・取材内容等）を活用することも可とする。
- ・ 配布先は市内不動産事業者や移住相談窓口などを本市への移住検討者が接点を持つような場所を想定する。
- ・ 紙媒体の規格は A5 判以上、ページ数は 4 ページ以上とする（表紙含む）。フルカラー印刷とし、紙質は本市と協議のうえ決定する。
- ・ 原稿の校正は 3 回程度とする。
- ・ 成果品はパンフレット制作に使用した写真、イラスト等の電子データ、紙媒体 5,000 部、PR サイトに掲載するためのデジタルパンフレット電子データ、PDF データ（PR サイト掲載用に容量等を最適化したもの）、である。

(3) 広告配信業務

本仕様書(2)で制作したクリエイティブを活用した広告配信を行う。広告配信において

は、キーワードを抽出、アカウント設計、タイトル説明文等必要な措置を考案すること。適切な広告媒体については、ターゲットへの到達確度が高いメディアを選択し、目的に応じた最適な配信方法と配信回数の目安を提案し、本市と協議の上、配信すること。広告媒体については複数の利用も可とし、インプレッション総数は 50 万回以上とする。

広告配信に際しては「ビューアビリティ（配信された広告が実際にユーザーの画面に表示されたかどうか）」「アドフラウド（広告費を不正に搾取する不正インプレッションやクリック行為）」「ブランドセーフティ（広告が不適切なコンテンツと一緒に表示されないようにする配慮）」について十分な対策を行うこと。また、同じ人に過度に広告が表示されないようにする設定（フリークエンシーキャップ）にも配慮すること。

（4）効果測定・提案業務

また、本業務の最適化を図るうえで、最適な指標を設定し KPI としてふさわしいものを提案すること。Google アナリティクス 4 を活用して配信状況やウェブサイト閲覧等をモニタリング・分析のうえ、必要に応じてターゲティングの見直しや絞り込みなど、運用改善の提示を行うこと。

広告配信業務については、広告配信終了後に結果分析報告会を 1 回以上行い、今後についての改善提案を盛り込んだ報告書を提出すること。また、本市職員が広告出稿に関する知見やノウハウを蓄積できるよう伴走支援を行い、広告運用に関する基本的な考え方や手法、データの見方、改善策の立案等について理解・習得できるようサポートすること。

（5）その他保守管理業務

掲載広告に異常を認めた場合、または、掲載広告の異常に係る連絡を受けた場合、直ちに対応を開始し、改善に努めること。

5 著作権等

この業務により生ずる成果品の所有権及び著作権（著作権法 27 条及び同法 28 条の各権利並びにプログラム著作権を含む。）は、本市に帰属するものとする。なお、成果品に第三者の著作物を使用する場合は、受注者が必要な権利処理を行い、本市が制限なく利用できる状態で納品すること。

6 その他

- （1）発注者は、受注者の業務履行状況を不適当と認めた場合は、その理由を明示し、業務の改善を受注者に求めることができる。
- （2）受注者は、業務の履行に伴って事故が生じた場合には、ただちに発注者及び所轄警察署その他関係機関に報告するとともに応急処置を講ずるものとする。
- （3）受注者は、この業務の履行にあたり、発注者又は第三者に損害を及ぼした場合は、発注者の責に起因する事由による場合を除いて、その損害賠償の責を負わなければならない。
- （4）受注者は、業務の履行による個人情報を取り扱う場合は、個人情報の保護に関する法律（平成 15 年法律第五 57 号）の規定及び特記事項に掲げる事項を遵守しなければならない。
- （5）受注者は、業務の履行上知り得た秘密を第三者に漏らしてはならず、かつ、他の目的に使用してはならない。契約終了後も同様とする。
- （6）業務の履行に当たっては、労働基準法その他関係法令を遵守しなければならない。

- (7) この仕様書に定めのない事項及び疑義の生じた事項は、発注者と受注者がその都度協議のうえ、決定するものとする。