

「長崎のWA！」等プロモーション展開業務仕様書

1 業務名

「長崎のWA！」等プロモーション展開業務委託

2 履行期間

契約締結日から令和8年3月31日（火）まで

3 履行場所

指定場所

4 業務実施の背景及び目的

(1) 背景

ア シティプロモーションの現状と課題

長崎市が令和3年度から展開してきたシティプロモーション「長崎MIRAISM」により、様々なメディアや著名な方々に「100年に一度の長崎」という言葉を使っていただいたことで、市民に長崎市が大きく進化していることが浸透してきた。しかしながら、市民アンケート等によると雇用・子育て・若者の楽しみ等の面で課題が残り、進化が市民の生活の変化の実感や期待感につながっていない現状が見えてきた。

イ 新たなシティプロモーション「長崎のWA！」の展開

まちの進化によって実感できるようになった「面白さ」「楽しさ」「チャレンジできること」を紹介することで、まちへの期待感・シビックプライドの醸成につなげることを目指して、「100年に一度のその先へ」をコンセプトとした長崎市の新しいシティプロモーションを展開していく。

シティプロモーションの展開に際しては、シティプロモーション戦略（※1）に基づき、令和6年度に作成した広報ツール（※2）を活用し、令和7年度から本格的に認知・浸透に取り組んでいく。

※1…別添資料1「シティプロモーションの展開イメージ」参照

※2…「100年に一度のその先へ」というコンセプトに基づき、「まちの魅力」や「まちの進化」を活用しながら、まちでの生活を楽しんでいたたり、チャレンジしたりしている人やグループなどの「様々なつながり」を紹介したウェブサイト（<https://nagasaki-no-wa.com>）、動画。

(2) 目的

シティプロモーションの展開により、まちの進化によって実感できるようになった「面白さ」「楽しさ」「チャレンジできること」を市民に知ってもらい、市民のまちへの期待感やシビックプライドの醸成を目指していく。そのために、まずは「長崎のWA！」を多くの方に知ってもらうために、広告やイベント開催等を実施することで、プロモーションの認知度や浸透度を高めていくことを目的とする。

5 業務実施の考え方

(1) 業務を通して達成したいステップ

本業務の実施にあたっては、「100年に一度のその先へ」というコンセプトに基づき、市民の期待感やシビックプライドの醸成を目指して、次のステップを達成する企画とすること。

【ステップ1】 プロモーションを認知してもらう

まずは多くの方に「長崎のWA！」のことを知ってもらう。

【ステップ2】 長崎で活躍する「様々なつながり」を知ってもらう

「まちの魅力」や「まちの進化」を活用しながら、まちでの生活を楽しんでいた、チャレンジしたりしている人やグループなどの「様々なつながり」を多くの方に知ってもらい、参加する機運を醸成する。

【ステップ3】 市民を巻き込む

リアルイベントの開催等により、実際に「様々なつながり」を市民が体験するなど、市民がまちの魅力を再発見する、楽しむきっかけを作る。

【+α】 「つながり」と「つながり」が会うことにより、新しいムーブメントを創出する

「まちの魅力」や「まちの進化」を活用しながら、まちでの生活を楽しんでいた、チャレンジしたりしている人やグループなどが、当プロモーションで交流することで、長崎を元気にする新しいムーブメントが発生する。

(2) メインターゲット

市内外とするが、市民に軸足を置く。

進化によるまちづくりの効果は、まちの魅力や生活の質の向上など様々な分野に及ぶ。それを最も享受できるのは市民であり、市民が効果を実感しながら暮らすことが、外から見て魅力的なまちに映るものと考えられる。

(3) 成果指標

本業務の実施に当たり、「長崎のWA!」の認知度（「長崎のWA!」という名称を知っている市民の割合）を成果目標とし、目標を達成するための計画について、理由や根拠もあわせて提案を行うこと。また、成果については「7 成果検証及び実績報告（3）」のとおり分析すること。

なお、目標値に達しない場合であっても受託者に不利益はないものとする。（誠実な履行が認められない場合を除く。）

「長崎のWA!」認知度の成果目標等

プロモーション名	成果指標及び実績		
長崎のWA!	30.0%	-	-
(参考) 長崎 MIRAISM	(初年度) 24.4%	(次年度) 37.6%	(最終年度) 48.4%

※成果目標については、令和3年度から展開していたシティプロモーション「長崎 MIRAISM」の認知度上昇と同程度を見込んでいる。

6 業務内容

「5 業務実施の考え方」に沿って、令和6年度に作成した広報ツールを活かしながら、既存ウェブサイトの記事・動画の追加、プロモーション周知のための広告等に加えて啓発イベントを開催する。また地域での周知活動の際に利用する記念グッズを作成する。

(1) ウェブサイトの更新

長崎のWA! ウェブサイトの内容を充実させるため、定期的に記事ページ・動画を更新する。取材対象等については分野の偏り等がないよう、長崎市と調整すること。

- ・記事ページ…「仕事」「遊び・楽しみ」「子育て・学び」で9本以上。特定の分野に偏らないよう、1月に1記事以上を目安に更新を行うこと。
- ・動画…「仕事」「遊び・楽しみ」「子育て・学び」の分野ごとに1本以上。

・著名人からのメッセージコーナーの追加……HP 改修・動画撮影・ページ作成。人数については長崎市との協議によるものとし（3人程度の想定）、著名人との調整は長崎市が行う。

(2) 広告

本プロモーションの市民への周知・浸透と「(3) イベント」への参加者を増やすことを目的とした広告を行う。広告に当たっては、5(3)で示す成果指標の達成計画について、理由や根拠もあわせて提案を行うこと。SNS やテレビなどさまざまな媒体を活用した効果的な周知に努めるものとする。なお SNS 広告を実施する際には「長崎市ソーシャルメディア等の利用に関するガイドライン」を遵守した上で実施すること。ガイドラインの内容については「別添資料 2」を参照。

(3) イベント開催

長崎スタジアムシティや長崎駅など 100 年に一度の長崎市の変化を象徴する場所で、市民にシティプロモーションを周知するとともに、さらに市民を巻き込むためのイベントを開催する（年 1 回以上）。イベント開催にあたっては、他イベントとのコラボなど集客のための工夫について提案すること。また今後のプロモーション展開の参考とするための参加者アンケートを実施すること。

・コンセプト…ウェブサイト等で紹介したさまざまな分野で頑張っている人に、「リアルに会いに行けるイベント」がコンセプト。市民に「自分もやってみたい」「仲間に加わりたい」と思ってもらい、WA につながるきっかけを提供することで、つながりの WA を広げていくことを目指す。

(4) グッズ制作

地域のイベント等でプロモーションを周知するための幟旗、看板類、配布用グッズを作成する。

長崎市の小学校区 67 地区に何らかの形で訪問することを予定しているため、それに見合った数量を提案すること。グッズ制作に際しては、長崎市が所有するクリアファイル、T シャツ等のデザインのデータを使用可能である。

(5) 市民広報チームによる企画会議

3 か月に 1 回程度の開催を想定（イベント前など必要に応じて臨時的な開催もありえる）。取材対象者の方向性、イベント企画等について市民（長崎の WA! ウェブサイトに出演していただいた人物や大学生を想定）を交えた広報チームの意見を参考にしながら内容を検討。

(6) 自由提案

その他「長崎の WA!」の認知拡大を図るため、市民や市内の事業者等を巻き込んだプロモーション、効果的な広告媒体や手法を用いたプロモーション等の企画を提案し、実施すること。

※自由提案については当該事業の予算内で実施するものに限る。

7 成果検証及び実績報告

(1) 月次報告

業務の進捗状況、毎月末時点の発信回数、ターゲット層へのプロモーション状況などについて翌月の 10 日までに報告を行うこと。なお、報告内容を踏まえて発注者から指示を行う場合がある。

(2) イベント等報告

イベント実施に伴う業務報告書を作成する。報告書は任意の様式とするが、イベント等の内容（広報含む）、結果、改善点等について記載すること。必要に応じて、イベントのフィードバックを兼ねた打合せを実施すること。

※報告にあたり、広報物、現況写真、アンケート集計結果等を添付すること。

(3) プロモーションの認知度及び長崎市への愛着度分析

長崎市が実施する「市民意識調査」「市政モニター調査」及び受託者がウェブアンケート等の手法により実施する調査分析により、シティプロモーション開催前と開催後でのプロモーションの認知度（「長崎のWA!」という名称を知っている市民、名称のみではなく事業内容まで知っている市民など浸透度が分析できる内容とすること）及び長崎市への愛着度の変化が比較できる分析結果を報告すること。

(4) 実績報告

業務の完了後、実施結果をもとに効果検証を行うこと。また、結果を踏まえて次年度以降のシティプロモーションの効果的な展開について提案を行うこと。

8 成果品

成果物については、次のとおり市に提出することとし、提出にあたっては、市が指定する媒体に格納し提出すること。現物や完成データのほか、広告等で使用した素材についても必要に応じて提出すること。

番号	書類名	提出部数	提出期限
1	実績報告書	2部	令和8年3月27日（金）
2	その他本業務において作成した資料等	2部	
3	成果品のデータ一式（USBメモリー）	1部	

9 留意事項

(1) 業務責任者

ア 業務責任者の通知

業務の実施に先立ち、直接的かつ恒常的な雇用関係にある業務責任者を選任し、次の事項について契約締結時に書面をもって監督職員に通知すること。なお、業務責任者に変更があった場合も同様とする。また、受託者との雇用関係を証明する書類として健康保険被保険者証の写しを提出する場合には、健康保険被保険者証に記載の記号・番号等にマスキングを施すこと。

- ① 氏名
- ② 生年月日
- ③ 経歴書
- ④ 受託者との雇用関係を証明する書類

イ 業務責任者は、業務担当者に業務目的、作業内容及び発注者の指示事項等を伝え、その周知を図る。

(2) 著作権

ア 本業務の実施にあたり制作した成果品の所有権及び著作権（著作権法第27条及び第28条に規定する権利を含む。）は長崎市に帰属し、長崎市の承諾なしに使用又は公表してはならない。

イ 受託者は著作者人格権を行使しない。

(3) 業務の再委託

業務の全部又は業務の主要な部分を第三者に委託することは不可とする。なお、再委託する場合は、あらかじめ下記の事項について記載した「第三者委託承諾願」を長崎市に提出し、承諾を得なければならない。

ア 再委託を行う相手方の商号又は名称及び住所

イ 再委託を行う業務の範囲

(4) 秘密の保持等

受託者は、本業務の実施において知り得た事項を第三者に漏らしてはならない。

(5) 特記事項

ア 法令等の遵守

受託者は業務の履行に当たり、関連する法令等を遵守しなければならない。

イ 費用の負担

業務に伴う必要な経費は、本仕様書に明記のないものであっても原則として受託者の負担とする。

ウ 打ち合わせ

業務着手時及び業務の主要な区切りにおいて、受託者と長崎市は打ち合わせを行うものとし、受託者は、その結果を記録し、相互に確認するものとする。

業務の履行に当たって、受託者は監督職員と密接な連絡を取り、その連絡事項をその都度記録し、打ち合わせの際、相互に確認するものとする。

エ 疑義

仕様書記載事項に疑義が生じた場合又は定めのない事項については、受託者は長崎市と十分な協議を行い、業務の遂行に支障のないように努めなければならない。

(6) 長崎市との連携事項

長崎市が実施するシティプロモーションの周知啓発と連携して、効果的な認知・浸透の拡大に取り組むこと。

ア 長崎市は、広報紙、テレビ、ラジオ、SNS などの広報媒体を活用して、周知啓発に努める。

イ 長崎市は、各小学校区で実施される地域イベント等の機会を活用して周知啓発に努める。

ウ 長崎市は、次の PR 素材のデータ等を提供する。

(ア) 長崎の WA! ロゴデータ

(イ) 長崎の WA! オリジナルグッズデータ (クリアファイル、ステッカー、T シャツ、長 3 封筒)

(ウ) コンセプトムービーデータ (30 秒、2 分)

※その他データ等については、長崎の WA! 公式ウェブページに掲載。

(7) 担当課

〒850-8685 長崎市魚の町 4-1 (8 階)

長崎市企画政策部 広報広聴課 (担当 亀本)

電話: 095-829-1114 FAX: 095-829-1115 Email: kouhou@city.nagasaki.lg.jp