

# 令和元年度龍ヶ崎市認知度・イメージ向上 シティプロモーション支援業務委託仕様概要書

## 第1章 業務概要

- 1 業務名称 令和元年度龍ヶ崎市認知度・イメージ向上シティプロモーション支援業務委託
- 2 履行場所 龍ヶ崎市3710 龍ヶ崎市市長公室シティセールス課
- 3 履行期間 契約の日から令和2年3月31日まで  
但し、検査期間10日間を含むものとする。
- 4 内 容 第2章 業務の内容等による
- 5 見積り及び契約方法  
令和元年度龍ヶ崎市認知度・イメージ向上シティプロモーション支援業務委託に係る公募型企画提案実施要領による。
- 6 支払条件  
部分払い（1回以内）。ただし、部分払いに相当する成果の検査合格後、予算の範囲内で支払うものとする。残金にあっては完了検査合格後に支払うものとする。

## 第2章 業務の内容等

- 1 業務の目的  
本業務は、これまで取り組んできた「子育てたつのこアクション」を旗印に、子育て環境日本一を目指す本市の環境や取り組みなどを JR 常磐線佐貫駅の駅名改称をきっかけに効果的なプロモーションを行い、広告や口コミなどを通し、本市の認知度向上やイメージアップ、来訪のきっかけづくり、ファンづくりに資する。  
さらに、本業務を通じ、市民が本市の魅力を再発見するきっかけづくりをすることでシビックプライドの醸成、人口の流出防止に資することを目的とする。
- 2 業務の背景  
我が国を取り巻く、急速な少子高齢化や東京への一極集中による地方における人口減少は大きな社会問題となっている。特に地方における人口減少については、本市にも主に社会減として、その波は押し寄せてきており、平成22年をピークに近年は横ばいから減少に転じている。  
これまで、本市では平成24年にまちづくりにおける最上位の計画である「ふるさ

と龍ヶ崎戦略プラン」を策定し、「人が元気 まちも元気 自慢したくなるふるさと龍ヶ崎」のキャッチフレーズの下、「市民活動日本一」「子育て環境日本一」を目指す取り組みを進めてきた。

そうした中、本市では「子育て環境日本一」へ歩みを強めるべく、平成28年度に子育て応援都市を宣言し、産官学民が参加することで、まち全体で子育てを応援していく「子育てたつのこアクション」をスタートさせたところである。

平成29年度からは、「第2次ふるさと龍ヶ崎戦略プラン」がスタートし、これまでの「市民活動日本一」「子育て環境日本一」に加え、「防災・減災日本一」「スポーツ健康日本一」を目指した取り組みがスタートした。

特に、本事業と密接な関係にある「子育て環境日本一」は「子育て応援都市」にふさわしいまちづくりを推進するためには、本市ならではの取り組みを組織横断的に企画立案していく必要がある。

そして、「子育てたつのこアクション」の継続性を持った推進を図るため、子育て環境情報サイトの活用や新たな取り組みを通じて、特に市内への浸透を図ることが肝要である。さらに、平成30年度に実施したまちづくり市民アンケートでは、本市の推奨意欲（NPSで調査）に低い傾向が見られる課題が判明したことから、本市の子育て環境の優位性を市民自身が推奨するきっかけづくりを早急に行う必要がある。

また、令和2年春に控える「JR常磐線佐貫駅の駅名改称」は本事業との連携が必須であり、有効活用することで、市外に対し、本市の位置関係がこれまで以上に把握しやすい状況が生まれると考えている。このタイミングをきっかけとし、認知度向上や本市の目指すべき姿にあったイメージアップに繋げる具体的な仕掛けづくりが急務である。

そのようなことから、特に市内に対しては視覚的に子育て環境の見える化をより一層図り、さらに、市内外への効果的な情報発信を通じて、子育てしやすい街というイメージ構築を継続していく必要がある。そこで、市外に向けては本市の子育て環境の優位性や本市そのものの認知度向上に繋げること、来訪のきっかけづくりに取り組むことが肝要である。市内に向けては、市民のシビックプライドの醸成や流出防止も含んだ定住促進や本市を推奨するきっかけづくりをすることで本市のファンづくりに繋がる継続的な施策展開がこれまで以上に求められている。

## 【背景のポイント】

- ・人口減少の中で定住人口だけでなく、本市と関係を持ち推奨するファンづくりが必要
- ・JR常磐線佐貫駅改称の告知ではなく、改称を“きっかけ”とした本市の認知獲得、子育て環境の優位性をプロモーションすることが重要
- ・本市の子育て環境を市民自身が推奨するきっかけづくりが早急に必要

### 3 諸計画との関係性

本業務においては、次に掲げる計画との整合性を勘案しながら業務を遂行していくものとする。

- ア 第2次ふるさと龍ヶ崎戦略プラン
- イ 龍ヶ崎市まち・ひと・しごと創生総合戦略
- ウ 龍ヶ崎市駅誕生プロモーション基本方針
- エ 龍ヶ崎市まちづくり市民アンケート【調査報告書】

### 4 業務内容

#### (1) 基本戦略の検討及び業務計画書の作成

本業務の目的、背景及びこれまでの調査や外部データなどを勘案の上、基本戦略を提案すること。なお、提案する基本戦略は今後3年間のロードマップを示すものとする。業務計画書は業務全体の年間スケジュールを示すもの、下記(2)から(5)の事業実施に向けた取り組みの概要を示すもので構成すること。なお、下記(2)から(5)に示す事業内容は事業実施時点で個別に詳細な事業計画書を作成するものとする。

#### (2) 子育て環境情報サイト「子育てたつこのアクション」の一部リニューアル

子育て環境情報サイト「子育てたつこのアクション (<http://tatsunoko-action.jp/>)」の一部ページのリニューアルを行う。リニューアルにあたっては、本市が現在使用しているシステム内(wordpress)で公開できるものとし、コンテンツ制作からページ公開までの業務を行うものとする。

なお、リニューアルは以下の業務とし、制作するコンテンツのイメージが分かるものを提案すること。

- ・「いがいと近い龍ヶ崎 (<http://tatsunoko-action.jp/near/>)」をリニューアルし、龍ヶ崎から都心や様々な近隣施設などへのアクセス面の優位性を特集したコンテンツ制作(令和2年春に予定される駅名改称時の公開を想定)
- ・市民自身が随時本市を紹介・推奨できるコンテンツ制作(令和2年に予定されることもまつりまでの公開を想定)
- ・その他、(4)と連動するにあたり、提案者が効果を高められると判断するコンテンツ制作を提案することも可能

#### (3) JR常磐線佐貫駅駅名改称をきっかけとする誘客プロモーション

令和2年春(予定)にJR常磐線佐貫駅が龍ヶ崎市駅へ駅名改称されるタイミングに可能な限りあわせた誘客プロモーションの企画及び運営を行う。なお、実施する誘客プロモーションは効果的に情報の拡散が期待できるものを提案すること。

#### (4) (2)と連動したターゲットエリアの属性等に合わせた広告掲載

(2)で実施する業務と連動させた広告掲載を実施する。広告掲載にあたっては、エリア・属性等ごとに本事業の目的、背景に沿った内容で細分化し、実施するものとする。また、提案にあたっては比較検討した広告媒体の資料を添付すること。

なお、広告掲載の媒体は可能な限り広告接触者の反応が数値で分かるものとするが、提案者が考える効果を示す資料を明示すれば、数値での反応が分からない場合でも提案は可とする。

#### (5) その他の提案

(1) から (4) の業務のほか、本事業を行うにあたり、有益であると認められる業務がある場合には、予算の範囲内で適宜提案することができる。

#### (6) 打ち合わせ

事業実施に合わせ、毎月1回以上、原則龍ヶ崎市庁舎において定期的な打合せを行う。なお、議事録については受託者において作成する。

毎月1回以上の打合せのほか、必要に応じて打合せを行う。

### 5 資料の貸与

本業務を実施するにあたり本市が保有する資料・データ等は、契約締結後、必要に応じて受託者と協議の上で貸与する。

### 6 成果品

本業務の成果品は、次のとおりとする。

- (1) 業務報告書（毎月）の提出（翌月7営業日以内に提出）
- (2) 最終業務報告書の提出
- (3) 4 業務内容（2）に係る成果品
- (4) 4 業務内容（3）に係る成果報告書
- (5) 4 業務内容（4）に係る成果報告書
- (6) その他、本市が必要と判断した資料
- (7) 上記、成果品のデータ一式

### 7 その他

- (1) 本業務での成果品等の著作権は本市に属するものとする。
- (2) 本仕様書に定めのない事項、疑義が生じた場合には、都度本市と協議するものとする。