

## 令和 8 年度山梨市地域ブランディング推進業務委託仕様書

### 1. 業務名

令和 8 年度山梨市地域ブランディング推進業務委託

### 2. 業務の目的

本業務は、令和 7 年度に策定した「山梨市地域ブランディング戦略」を具現化し、データに基づく効果的な施策推進を図ることを目的とする。

具体的には、「市民」「関係人口」「交流人口」の各層が、本市のブランドを深く理解し、統一的なメッセージを発信できる体制の構築を目指す。

### 3. 契約期間

契約締結日から令和 9 年 3 月 31 日まで

### 4. 業務内容

#### (1) 地域ブランディング事業推進に関する業務

本市が主体的にブランディング戦略を推進するため、専門的知見や客観的視点を活かし、事業の最終成果と事業内容を結びつけるロジックモデル及び個別事業計画を作成し、ブランディング戦略として構造化、体系化させる。

#### ① ブランディング事業の具体化（ロジックモデル等の作成）

##### 【主な業務内容】

- ・ ブランディング戦略に整合性をとる形で事業を進めること。
- ・ 本市と協議の上、以下の資料フォーマットを作成すること：  
ロジックモデル作成シート、個別事業シート
- ・ 個別事業台帳に、既存事業の人的・財政的資源を明記できるようにすること。
- ・ ブランディング戦略で定めた 6 分野 13 事業の施策案に対して、関連する課（以下、該当課）の既存主要事業をリスト化し、その中で各施策の目的達成に関連する事業を抽出し、改善点等を提案すること。
- ・ 13 事業の施策案の該当課に対して、ヒアリング等を行い、現状の業務における改善点の洗い出しやロジックモデル等の作成を行うこと。また、それを踏まえて、上位に位置付けられる 6 分野のロジックモデルを作成し、本市のブランディング戦略として構造化、体系化すること。

- ・ ロジックモデル等の作成にあたっては、ターゲットを踏まえた本市のコアバリューを定義すること。
- ・ 重点的に注力すべき事業群（コアアクティビティ）を明確化し、必要に応じて補完すべき新規施策について助言を行うこと。
- ・ 作成する個別事業計画に KPI を設定すること。
- ・ 令和 9 年度個別事業計画に向けたデジタル活用に関する助言を行うこと。

## ② ブランディング推進会議の運営

### 【主な業務内容】

- ・ ブランディング戦略における本市の未来像を具体化し、必要に応じて数値目標を設定すること。
- ・ ロジックモデル及び個別事業計画作成の進捗状況について報告すること。
- ・ 会議資料を作成すること。
- ・ 本市がブランディング戦略を遂行するにあたり、専門的知見や客観的視点から助言及び提案を行うこと。
- ・ 会議内で勉強会を実施すること（国動向・住民や民間事業者との連携事例・他自治体取組事例の共有、本市のデータを使ったデジタルマーケティングに関する分析結果の解説、デジタルツール紹介等）。
- ・ 勉強会の議事録を作成すること。
- ・ 委託期間のうち 6 月から 12 月までの間、毎月 2 回の実施を想定している。

## ③ ブランディング報告書の作成

### 【主な業務内容】

- ・ 報告書フォーマットを作成すること。
- ・ 令和 8 年度の地域ブランディング推進事業の取組内容及びヒアリングの経過、次年度以降に計画を実行するための引継事項を報告書にまとめること。
- ・ ブランディング戦略における令和 8 年度の評価を算出すること。
- ・ 上記の評価方法は、ブランディング戦略の評価方法にある mGap(修正地域参画総量指標)の算出による評価に加え、地域幸福度アンケート(主観指標)の結果分析により評価を行う。

## (2) デジタルマーケティング推進に関する業務

ブランディング戦略に基づき、ターゲットへ訴求するため、マーケティング活動の伴走支援からツール導入、デジタル広告配信まで、一気通貫のデジタルマーケティングの仕組みの構築および運用をすること。

## ① デジタルマーケティング伴走支援

### 【主な業務内容】

- ・ 広告のターゲットとなるペルソナ(市内外在住者、旅行者、移住検討者など)について、地域ブランディング戦略で定義した内容と整合性を図ること。
- ・ 広告のターゲット層が、認知から興味関心、行動、そして定着に至るまでのプロセスを可視化すること(カスタマージャーニーマップの作成支援)。
- ・ カスタマージャーニーマップの作成にあたっては、ターゲットに対しての本市の競合優位性を踏まえられるよう支援すること。
- ・ 広告の目的を明確化し、それに連動した具体的な広告手段を選定すること。
- ・ 広告の効果測定のための KPI(クリック率(CTR)、コンバージョン率(CVR)等)を設定し、デジタルマーケティング計画として作成すること。
- ・ デジタル広告について、継続的にデータ分析を行い、改善施策を提案すること。
- ・ ツールで可視化された広告実績データ(CPC、クリック数、コンバージョン数など)を分析すること。

## ② デジタル広告の配信

### 【主な業務内容】

- ・ デジタルマーケティングに基づくデジタル広告の配信(広告量は 600,000 回以上表示)。
- ・ 広告媒体(Google 検索広告、ディスプレイ広告、YouTube 広告など)を組み合わせ、効果的な広告を提案すること。
- ・ 広告設計・設定を行うとともに、効果的な画像、動画、コピー(文章)、音声などの広告内容を作成し、運用手法を提案すること。
- ・ 広告費の最適配分を提案すること。
- ・ クリック数や表示回数、クリック率などの KPI をモニタリングし、改善するための業務支援を行うこと。
- ・ 配信期間は、8 月から 11 月の 4 カ月間を想定する。

## ③ デジタルマーケティングツールの導入

### 【主な業務内容】

- ・ BI ツールを導入すること。
- ・ 複数チャネルからの広告データを統合・可視化するダッシュボードを、必要数、設計・構築すること。
- ・ 本市と分析の観点や課題を整理したうえで、それを解決するためのダッシュボードの改善提案および修正作業を継続的に実施すること。

- ・ ツール導入後の運用サポートを行うとともに、職員向けの操作研修を実施すること。

### (3) 職員向け EBPM 研修に関する業務

データを活用した現状分析・施策立案を体得するための EBPM 人材育成支援を行うこと。各 3 時間程度の研修を 1 回ずつ実施することを想定している。

#### ① 部門リーダー層向け研修

新任課長、リーダー級職員 30 名程度向けに、対面による集合型研修を実施すること。施策立案を行う上でデータを利活用する必要性を理解することを主な目的とし、以下の項目を実施すること。

- ・ デジタル庁が公開している地域幸福度指標の見方
- ・ 地域幸福度指標のデータを活用した現状分析
- ・ 重点領域を定めた、政策案の検討
- ・ ロジックモデルの理解

#### ② 若手職員向け研修

一般職 30 名程度向けに、対面による集合型研修を実施すること。施策立案を行う上でデータを利活用する必要性を理解することを目的とし、以下の項目を実施すること。

- ・ デジタル庁が公開している地域幸福度指標の見方
- ・ 地域幸福度指標のデータを活用した現状分析
- ・ 重点領域を定めた、政策案の検討
- ・ ロジックモデルの理解と仮説によるロジックモデルの作成

## 5. 事業実施体制等

### (1) 業務計画書の作成

本業務の目的を十分考慮し、合理的かつ正確に作業を実施するために、契約後 1 週間以内に実施方法や実施工程、業務体制等を記した業務計画書を作成し、本市と十分な打ち合わせを行うこと。

### (2) 体制・実績

本業務を円滑かつ効率的に実施するため、以下の①、②に掲げる要件を満たすまたは、これと同等の体制及び実績を有すること。

#### ① 体制

本事業体制には、次に掲げる要件を満たす体制を構築できること。

#### 【要件】

- ・ プロジェクト管理者は以下の資格のいずれかを有すること。
  - a) PMP (Project Management Professional)
  - b) 情報処理技術者試験の区分のプロジェクトマネージャ
- ・ 「統計士」および「ウェブ解析士」の資格保持者がデジタルマーケティング推進業務に係ること。
- ・ Well-Being 指標活用ファシリテーターの資格保持者がデータ利活用(EBPM)研修を実施すること。
- ・ 職員研修において、ファシリテーターとして経験を有するメンバーを5人以上配置できること。
- ・ 一般財団法人日本情報経済社会推進協会(JIPDEC)より『プライバシーマーク』の付与認定を受けていること。またはこれと同等の情報セキュリティマネジメントシステム(ISMS)等の認証を取得していること。

## ② 実績

本事業の推進にあたり、令和5～7年度に、次に掲げる実績を有していること。

### (ア)地域ブランディング事業推進

- ・ 自治体において、ロジックモデル作成の業務実績を有していること。
- ・ 自治体において、Well-Being 指標の分析・活用した業務及びデータ利活用・EBPMを主旨とした職員研修の業務実績を有していること。

### (イ)デジタルマーケティング推進

- ・ 自治体においてデジタルマーケティング支援の実績を有すること。
- ・ BI ツールの導入実績を有すること。
- ・ 自治体において、デジタルマーケティングの設計・デジタル広告の配信、効果検証までの一連の支援実績を有すること。

### (ウ)職員向け EBPM 研修

- ・ 自治体において、管理職員向けの研修および若手職員(35歳未満)向けのデータ利活用・EBPMを主旨とした研修実績を有すること。

## (3) 打合せ及び議事録の作成

受託者は業務の遂行にあたって、本市との打合せを綿密(2週に1回以上)に行い、打合せ記録の議事録を作成するとともに、進捗状況を随時報告すること。

## (4) 連絡体制の確保

本市と常に連携がとれる窓口を設置し、連絡を密にすること。メールでの問い合わせ

に対して、1 営業日以内（平日 9 時～17 時まで）に対応がとれる体制であること。

(5) 資料の収集整理

作業実施に必要な資料の収集整理を行うこと。

6. 成果品の納品

本業務において、主な成果品は次のとおりとする。

(1) 成果品

- ① 上記業務に係る報告書
- ② ロジックモデル及び個別事業計画
- ③ ブランディング報告書
- ④ ブランディング推進会議資料
- ⑤ マーケティング研修資料
- ⑥ EBPM 研修資料
- ⑦ 定例会議事録

(2) 納品方法

紙媒体及び電子媒体 各 1 部

※電子データは Web 上で公開可能なものとし、そのファイル形式、保存媒体は別途協議するものとする。

(3) 納品場所

山梨市役所 企画推進課 企画・DX 推進担当

(4) 検査の実施

納入された成果物の検査の結果、不備と認められた場合には、受託者は可能な限り速やかに不備を解消し、修正した成果物を再度納品すること。

7. 資料の貸与

本業務の実施に必要な資料で、本市が所有するものについては、これを貸与するものとする。(市の保有する画像や動画等)

## 8. 成果品等の帰属

- (1) 受託者は、成果品の著作権を著作権法第27条及び28条の規定による権利も含めて本市に無償譲渡するものとする。
- (2) 前各号の規定にかかわらず、成果品に受託者が既に著作権を保有しているもの（以下「著作物」という。）が組み込まれている場合、当該著作物の著作権は、受託者に帰属するものとする。この場合において、受託者は本市に対し、業務上必要な範囲内で、著作権法に基づく利用を無償で承諾するものとする。

## 9. 疑義及び協議

本仕様書に定める事項について疑義が生じた場合又は本仕様書に定めのない事項については、本市と受託者が協議の上、業務を遂行しなければならない。

## 10. その他

- (1) 本業務の遂行にあたっては、関係法令及び条例等を遵守すること。
- (2) 受託者は、本業務において知り得た情報を、本業務の目的以外に使用し、又は第三者に開示し、若しくは漏えいしてはならないこと。また、契約期間終了後についても同様とすること。
- (3) 本業務のすべてを第三者に委任し、又は、請け負わせること（以下「委任等」という。）を禁止する。なお、業務の品質や生産性を向上させるために、業務の一部を委任等する場合は、あらかじめ書面にて本市の承認を得なければならない。この場合、当該第三者には秘密保持義務を負わせるものとし、受託者は、当該第三者の行為について一切の責任を負うものとする。

## 11. 事務局

山梨市役所 企画推進課 企画・DX 推進担当

住所：〒405-8501 山梨県山梨市小原西 843 西館 4 階

電話：0553-22-1111(代) 内線 2424

メール：kikaku@city.yamanashi.lg.jp