

「食」と「自然」を生かした動画による宮崎ブランディング事業業務委託仕様書

1 業務名

「食」と「自然」を生かした動画による宮崎ブランディング事業業務委託

2 委託期間

契約締結日から令和4年3月25日（金）まで

3 経緯

宮崎市が実施した「宮崎市ブランド調査」及び「宮崎の食と体験を伴う滞在型観光資源調査」の結果（以下「調査結果」という）、食資産が他の資産と比較して認知度・魅力度ともに高い状況であり、「食」のイメージについては近隣県の都市と比べても高いということが分かった。

また、旅行者は地域を問わず旅先に「癒し」や「やすらぎ」、「その土地ならではの食」を求めている割合が高く、本市の魅力は、そのような旅行者の期待にマッチするものであるにもかかわらず、現状は「宮崎牛」や「チキン南蛮」、「マンゴー」といった際だった食資産しか認知されておらず、本市の自然や景観といった他の魅力については認知度が低く、本市での過ごし方についても具体的なイメージが連想されていないという課題が明らかになった。

このような状況を踏まえ、平成30年度に、他都市に比べて優位性のある「宮崎の食」（※）を生かし、宮崎ならではの、ゆっくりと過ごせる雰囲気・空気感を伝えるブランドイメージとして「元気に、いらっしやい。宮崎食堂」（以下「宮崎食堂」という。）を構築した。その中で、ローカルフードとしての「宮崎の食」とレジャーを掛け合わせた誘客コンテンツの検証を行ったが、「宮崎食堂」のイメージについては魅力的に感じる人が多いものの、掛け合わせたレジャーについては体験意向が低く、レジャーとの掛け合わせでは誘客の決め手となるようなコンテンツの構築には至らなかった。

そこで、令和元年度は、「宮崎の食」に大根やぐらと農作業体験や、一ツ葉エリアでのサイクリングといった「体験」を組み合わせたコンテンツの開発や、「宮崎食堂」の認知を高めるため、地元企業や団体、店舗などと連携した「割りばし割キャンペーン」に取り組んだ。

なお、令和元年度に策定した第四次宮崎市観光振興計画において、「食」と「自然」を誰もが楽しむことができ、地域がうるおう観光都市の実現を基本理念として掲げたところである。

※本事業における「宮崎の食」とは、宮崎市民に親しまれており、本市で食すことのできるものを指す。

4 業務の目的

調査結果をふまえ、認知度・魅力度ともに高かった「食」を中心とした本市のイメージを県内外に広めることにより、本市の認知度を向上させることが、将来的な誘客につながるものとする。

そのため、本業務では、ターゲットとする「旅行に癒しやすらぎを求める層」への訴求を図り、滞在時間の延長や、満足度の向上につなげるため、本市の魅力である「食」と「自然」を中心に、「宮崎食堂」を活用した「宮崎ならではの、ゆっくりと過ごせる雰囲気・空気感」を様々な媒体を通じて発信することで、イメージの確立を目指すものとする。

5 業務内容

受託者は、業務の目的等を達成するため、企画提案した内容について発注者と協議し、その意向を反映した上で、次の業務を行うものとする。

(1) 業務遂行体制の構築及び制作物等について

- ア 本業務にかかる制作については、将来的に、地元でブランディングが継続していくことを目的とするため、原則として宮崎市内のクリエイターやデザイナー（以下「地元クリエイター等」という。）をメンバーとして参画させること。
- イ 本業務にて使用する制作物等の制作費は全て委託費に含む。

(2) 宮崎市内を中心とした企業等の業務への参画

本業務の遂行にあたっては、行政のみならず、本市に関わる多くの関係者が連携し、統一的な展開を図るため、宮崎市内の企業や団体、店舗等を中心に幅広い方の参画を促すこと。

(3) 宮崎市での過ごし方が具体的にイメージできる動画の制作

- ア 本市が伝えたいイメージである「宮崎ならではの、ゆっくりと過ごせる雰囲気・空気感」を効果的に、わかりやすく伝えるため、「食」と「自然」を中心に本市の過ごし方が具体的にイメージできるような動画を制作すること。ただし、動画の制作に際し、選定する素材については、本市のイメージを著しく損なうものの使用を控えるものとする。動画の内容については、「宮崎食堂」のブランドコンセプト（別紙①）を十分に理解し、雰囲気が分かりやすく伝わるよう工夫すること。
- イ 動画のジャンルは以下の3つとし、ジャンル毎に動画を制作するものとする。また、動画については、アフターコロナを意識した内容とすること。
 - ①女子旅
 - ②家族旅行
 - ③一人旅やパートナーとの旅などの少人数旅行
- ウ 動画は、ジャンル毎に動画再生時間60秒及び300秒程度の動画を各1本制作すること。ただし、動画の追加の本数についての提案は妨げない。
- エ 動画は、それぞれのジャンル毎に、旅行者の目線に立ち、本市での過ごし方が十分に連想できるよう、様々な撮影技術を最大限に駆使し、本市の魅力が旅行者の期待に十分マッチするものであることが伝わるような動画を制作し、本市への来訪意欲を喚起するような訴求力の高い映像及び内容となるよう工夫すること。
- オ 「宮崎食堂」のロゴ（別紙②）を使用する場合は、「宮崎食堂ブランドガイドライン」を遵守すること。
- カ 制作物は、想定する用途に応じた適切な解像度、アスペクト比により作成すること。
- キ 本市公式YouTubeに掲載することを想定し、動画毎にサムネイルを制作すること。
- ク 動画の使用期間は、原則無期限で使用できるように配慮すること。
- ケ 映像に人物が登場する場合は、受託者の責任において登場人物に対し、書面により出演の許諾を得ること。また、タレントや音楽等の契約や著作権等が発生する場合でも、原則無期限の使

用に支障が無いようにすること。なお、次年度以降に契約の更新料等が発生する場合には、受注者の責任において費用負担すること。

- コ 動画制作の目的を十分に理解し、単に観光スポットを紹介するなど紋切り型の企画とすることなく、ジャンル毎に強く訴求する内容とすること。

(4) イメージの確立に向けた認知拡大

ア 5- (3) で制作した動画等を効果的に活用するなど、本市での過ごし方の具体的なイメージの確立に向けた情報発信を県内外向けに行うこと。

イ 情報発信の手法は、ジャンル毎に訴求する媒体と選定理由を明確にし提案すること。加えて、選定した媒体の目標と展開に係るKPI値を具体的に示し、戦略的な運用方法を示すこと。また、情報発信については、最大限の効果が見込める媒体及び発信時期、エリア等を考慮し、発注者と協議のうえ決定すること。

<例>

- ・インスタグラムを活用した情報発信
- ・本市の伝えたいイメージに合致する YouTuber の活用

ウ 認知拡大に関しては、市内外の企業や団体、店舗などを巻き込み、効果的に発信できるよう工夫すること。

エ 活用する媒体に応じて、製作物を適切なサイズへ編集すること。

オ 商品等の販売物に対し「宮崎食堂」のロゴを使用する場合は、事前に発注者と協議するとともに、「宮崎食堂ブランドガイドライン」を遵守すること。ただし、発注者側から商品等の販売を求めるものではない。

カ 報告書には、認知拡大の規模や広がりなどを数値で示すことができるようにすること。

キ 本業務で制作した動画を活用する以外にも、本市での過ごし方の具体的なイメージの確立に向けた情報発信の手法があれば、上記に加えて提案することは妨げない。

<例>

- ・旅番組の制作による情報発信

(5) 新規記事の追加

ア 「宮崎食堂」Web ページ（下記 URL）の内容の更新や、本市の雰囲気伝える店舗やスポットなどの新規の記事追加（5つ以上）を行うこと。これには、ページレイアウト、デザインの制作、記事の執筆、撮影等を含む。

宮崎食堂 Web : <https://www.city.miyazaki.miyazaki.jp/miyazaki-shokudo/>

（Web ページのサーバーについては、現在使用しているものを継続して使用すること）

イ Web ページは、パソコン及びスマートフォンに対応させること。

ウ 5- (3) で制作した動画を宮崎食堂 Web へ掲載し、また（公社）宮崎市観光協会ホームページ掲載用に素材等を提供すること。

(6) 企画の継続性

上記業務の目的等の考え方をふまえ、本事業にて制作した動画の活用や情報発信の手法について、今後の利活用方法や展開案を示すこと。

6 事業スケジュール

5-(1)～(6)に規定する業務内容を履行期間内に実施し完了することとし、事業スケジュールを作成し提案すること。なお、各業務の詳細な実施時期については提案をもとに発注者と受託者が協議の上決定する。

7 個人情報の取り扱い

本業務の受託者は、本業務の実施に伴って取り扱う個人情報について、発注者の定める「個人情報取扱特記事項」を遵守しなければならない。

8 成果物

受託者は、次の成果物を発注者へ提出しなければならない。

(1) 本業務で制作したデータ一式（電子ファイル） 1式

※データについては、AIファイル、PDFファイル、JPEGファイルの形式で保存したものとする。

なお、色については、フルカラーのデザインデータをRGB形式及びCMYK形式でそれぞれ納品すること。

(2) 本業務で制作した動画の記録媒体（DVD・ブルーレイ） 各5枚

(3) イメージの認知拡大に係る報告書（紙媒体） 10部

(4) イメージの認知拡大に係る報告書（電子データ） 1式

※データについては、Microsoft-Word、Excel、Power PointのいずれかとPDF形式とする。

9 成果物の権利関係

(1) 本業務の履行における成果物の所有権は、全て本市に帰属するものとし、本市の事業および本市が認める事業において使用ができるものとする（原則、無期限）。

(2) 成果物が著作権法（昭和45年法律第48号）第2条第1項第1号に規定する著作物（以下「著作物」という。）に該当する場合には、受託者は当該著作物に係る受託者の著作物（同法第27条および第28条に規定する権利を含む。）を当該著作物の引き渡し時に、本市に無償で譲渡する。この場合において、受託者は、当該著作権の譲渡以降、著作者人格権を行使しないものとする。

10 留意事項

(1) 本仕様書に基づく作業に関し、第三者の肖像権、所有権、著作権を侵さないこと。また、第三者との間に著作権に係る権利侵害の紛争等が生じた場合は、当該紛争の原因が専ら本市の責めに帰する場合を除き、受託者の責任、負担において一切を処理すること。この場合、本市は係る紛争等の事実を知ったときは、受託者に通知し、必要な範囲で訴訟上の防衛を責任者に委ねる等の協力措置を講じるものとする。

- (2) 本業務の遂行にあたり、受託者は業務上知りえた事項を第三者に漏洩しないように十分注意すること。
- (3) 受託者の責めに帰すべき理由により、本市又は第三者に損害を与えた場合には、受託者がその損害を賠償すること。
- (4) 受託者は本業務を第三者に委託し、又は請け負わせることはできない。ただし、あらかじめ発注者の承認を受けた場合には、業務の一部を委託することができる。

1 1 協議

この仕様書について疑義が生じたとき又は定めのない事項や細部の業務内容については、その都度、発注者と協議すること。