

宮崎市観光ブランド形成事業業務委託 プロポーザル仕様書

1. 業務名

宮崎市観光ブランド形成事業

2. 業務の目的

第五次宮崎市観光振興計画(令和7年3月策定)に基づき、中長期的な視点から宮崎らしい持続可能な観光地域づくりをめざし、観光推進の根本目的とターゲット層を明確にするとともに、行政・地域・事業者が対話と共創を通じて、宮崎ならではの価値を掘り起こし、統一的な方向性を持った観光ブランドを策定する。

市民や事業者等の地域への愛着と誇りを育み、本市全体の持続的な発展に貢献することを目的とする。

3. 委託期間

契約締結日から令和8年3月31日(火)まで

4. 業務内容

受注者は、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) 総括業務

本業務を遂行するための実施計画(スケジュール)及び実行体制をあらかじめ明示し、全工程における運営管理(各種進捗状況の把握や本市への状況報告等)を徹底すること。

また、本業務を円滑に進めるため、スタッフの役割分担と作業量を適切に把握・管理し、計画の遅れが生じるなど、課題や問題が発生した場合は、速やかに原因を調査し、体制の見直しを含む対応策を提示し、発注者の承認を得た上で適切に対応すること。

(2) 市全体のブランディング戦略の構築

①本市の地域特性(食、自然、文化、気候等)に加え、特定エリア(青島、一ツ葉、まちなか等)が持つ固有の魅力や潜在的可能性の分析(地域資源の洗い出しと評価、競合地域との比較、ターゲット層ニーズの深堀りなど)を行う。

②①で得られた特性分析の結果を基に、本市独自のブランドの方向性を定めるにあたり、観光関連団体、事業者等との意見交換及びワークショップ開催を支援すること。

※ワークショップに関しては、以下のとおりとする。

・開催数 : 2回以上

・支援内容 : 目的、テーマ、対象者、スケジュール、開催場所等の企画立案
参加者募集、広報活動

ワークショップ当日の運営、ファシリテーション

意見交換、アイデア創出を促進するための資料作成、グループワーク設計

ワークショップで得られた意見やアイデアの集約、分析、報告書の作成

③上記業務を通じて得られた結果を集約・分析し、本市がめざすべきブランドの基本方針と方向性を明確化し、ターゲット層に本市の魅力が直感的に伝わるブランドコンセプトを検討すること。

(3) ブランディング戦略に沿ったエリアビジョン策定支援

①関係者及び民間事業者の意見集約

ブランド形成に不可欠な特定エリアについて、1箇所以上提案すること。

当該エリアにおいて、市が実施する今後の方向性・ビジョン(以下、「エリアビジョン」という。)の検討過程での関係者(地元住民や観光関連団体、事業者等)との意見交換や関連施設でのサウンディング型市場調査で得られた意見の集約及び反映等を支援すること。

また、必要に応じて、関係者との意見交換、サウンディング型市場調査の場に同席すること。

・特定エリアの提案 : 1箇所以上(青島、一ツ葉、まちなか等)

・関係者との意見交換 : 6~7回程度

・サウンディング型市場調査 : 1~2回程度

②情報整理・資料作成

①で集約した意見に加え、エリアビジョンの策定に必要な基礎情報の収集・整理及び外部ヒアリングを実施するとともに、最終的な関係者間の合意形成に向けて使用するエリアビジョンの

イメージを可視化した説明資料(イラスト、パース等)を作成すること。
 なお、説明資料には、エリアビジョンを実現するために必要となる事業手法、事業費及びにその後の経済波及効果の試算結果を盛り込むこと。

- (4) ブランドの方針策定及び可視化
 (2) で策定されたブランドコンセプトを基に、視覚的要素を付加しイメージを具現化することにより、ブランドが提供する価値や将来的な展開イメージを盛り込んだ全体概要図を作成し、ブランドの全体像を可視化すること。
- (5) ブランドのプロモーション等に関する提案
 ブランド策定後のプロモーション、展開ビジョン及び活用等について、独自提案があれば記載すること。

5. 事業スケジュール

規定する業務内容を履行期間内に実施・完了させることとする。

なお、各業務の実施時期については、以下のスケジュール表を目安とし、提案を基に、発注者と受注者が協議の上、決定する。

時期 (目安)	内容		備考
	全体ブランド形成	エリアビジョン策定支援	
7月	契約締結		
8月～11月	ブランディング戦略の構築		
	観光関連団体等との 意見交換・ワークショップ	関係者との意見交換 サウンディング型市場調査	複数回 を想定
12月～2月	集約・分析 基本方針・方向性の決定	集約・分析 ビジョン策定(資料作成)	
3月	ブランド全体像の可視化(成果物提出)		

6. 個人情報の取扱い

受注者は、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。

7. 成果品

成果品については、「4. 業務内容」(1)～(5)中に掲げるものの他、以下①及び②の内容を網羅しておくものとし、最終的には、発注者と協議の上で決定すること。

なお、本業務終了後、受注者の瑕疵により成果品に不備が発見された場合は、発注者の指示に基づき、受注者の負担と責任において、速やかに修正等を行うものとする。修正した場合は、成果品の差替えを行うこととする。

①本事業で取得した各種数値データ及び使用した写真・動画等の全データを記録媒体(HDDやUSB等)で提出すること。

※データは、非圧縮形式とし、Window等汎用性のあるOS対応のものとする。

②本事業の成果を踏まえ、次年度以降の展開について、総合的に考察した提案書を根拠資料と併せて提出すること。

8. 成果物の権利関係

(1) 本業務の履行における成果品(取得した各種数値データ及び使用した写真・動画等含む)の所有権は、すべて発注者に帰属するものとし、発注者の事業及び発注者が認める事業において使用できるものとする(原則、無期限)。

(2) 成果品が著作権法(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、受注者は、当該著作物に係る受注者の著作物(同法第27条及び第28条に規定する権利を含む。)を当該著作物の引渡し時に、発注者に無償で譲渡する。
 この場合において、受注者は、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。

9. 留意事項

- (1) 受注者は、本業務(再委託をした場合を含む)を履行する上で、著作権、肖像権や個人情報を取り扱う場合は、関係法令等を遵守すること。万一、問題が発生した場合は、受注者が責任をもって対応すること。
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発注者の責めに帰する場合を除き、受注者の責任、負担において一切を処理すること。
この場合、発注者は、係る紛争等の事実を知ったときは、受注者に通知し、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) 受注者は、本業務(再委託をした場合を含む)を通じて知り得た情報を機密情報として扱い、目的外の利用、第三者への開示及び漏えいについて、善良なる管理者の注意をもって、その情報を管理・保持すること。また、契約終了後も同様とする。
- (3) 受注者の責めに帰すべき理由により、発注者又は第三者に損害を与えた場合には、受注者はその損害を賠償すること。
- (4) 受注者は、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。
- (5) 受注者は、この契約に基づく業務を処理するため、発注者から提供された資料等を発注者の許諾なく複製又は複製してはならない。
- (6) 発注者は、本業務で納品された成果品を期間の制限なく無償で、インターネットや放送番組等のあらゆる媒体で公表、公開、配布又は放送等することができることとする。
また、発注者及び発注者が認めるものが使用するために必要な範囲内において、全部又は一部の編集及び改変(トリミング等の加工含む)や複製を行うことができるものとする。
- (7) 受注者は、業務に関連する事故が発生した場合、直ちにその報告と対応措置などを発注者に報告し、措置後の詳細な経過及び結果報告を文書で行うこと。
- (8) 受注者は、受託業務遂行のために、受注者が保有する記録媒体(磁気ディスク、磁気テープ、紙等の媒体)上に、個人情報及び機密に属する情報等を記録した場合は、業務完了時にすべて消去すること。また、契約解除の場合においては、速やかに消去すること。
- (9) 電子媒体によるデータの納品については、ウイルス対策ソフト等により検査した上で納品すること。納品データがウイルスに感染していることで、発注者又は第三者が損害を受けた場合は、すべて受注者の責任と負担により、原状回復及びその他賠償等について対応するものとする。

10. 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。ただし、社会通年上当然必要と思われるものについては、本業務に含まれるものとする。