

令和 6 年度うるま市「感動産業特区」まちづくりブランディング事業委託業務
仕様書（案）

1. 業務目的

令和 5 年 4 月に「感動産業特区」宣言をしたうるま市では、「感動」を「産業」とするまちづくり推進の方向性が示されている。

本業務は、「感動産業特区うるま市」のブランドとしての価値を深掘りし、特区としてのミッション（社会に対してどのような価値を提供するのか）、ビジョン（将来像）、バリュー（市内全体が共有する価値観・行動指針）を明確化し、市民・市内事業者・生産者・市出身著名人等（以下、「インナー」という。）への浸透・定着および県内・県外（以下、「アウトター」という。）への認知を高めるためのブランディング戦略、プロモーション戦略を構築することを目的として実施する。

※「特区」とは国の制度的なものではなく、本市のまちづくり宣言の名称として設定したもの。

2. 業務履行期間

契約締結日の翌日から令和 7 年 3 月 1 4 日まで

3. 予算規模

22,979,000 円（消費税込み）を上限とする。

4. 業務実施の視点

- (1)本業務の実施にあたっては、本市が「感動を」「産業に」する唯一無二の特区として、〔観光・物産・エンタメ・スポーツ・教育・歴史文化・その他産業等〕のあらゆる分野で感動産業特区を推進し、先進的で独自性のあるユニークな魅力溢れる地域であり続けるための戦略を構築することを念頭にマーケティング的視点をもって取り組むものとする。
- (2)ブランディング戦略の構築にあたっては、まちづくりの根幹となる地域戦略（インナー向け）に重点を置きつつ、あわせて県内・県外向け戦略（アウトター向け）の構築と相乗効果が図れる内容とすること。
- (3)インナー向けブランディング戦略の構築にあたっては、市民及び市内事業者等が感動産業特区の一員として感動や地域に対する誇り、愛着を再認知し、それらを日常生活や商品・サービス開発に具体的に反映（自分ゴト化）しやすい内容とすること。
- (4)市全体の事業・取り組みの推進に繋がる視点を持つこと。
- (5)受注者は、本業務を行うにあたり、うるま市企画部プロジェクト推進 2 課から承認を得ながら実施するものとし、各関係団体等と連携・協力しながら業務を進めていくこと。

5. 業務内容

本業務における内容は下記項目を基本とし、業務効果の拡大等に繋がる実施可能な取り組みがある場合は、事業費の範囲内で積極的に提案すること。

(1)前提条件の整理

令和5年度実施の「うるま市シティプロモーション事業」の内容を把握・分析し、本業務における方向性や整合性について整理する。

(2)関連計画・事業等の整理

- ①本業務は庁内外の横断的な取り組みが必要不可欠であることから、庁内既存計画（総合計画、個別計画等）や方針（施政方針、行政経営方針等）、事業（令和6年度感動産業特区プロモーション事業や観光、物産、その他の関連事業）、イベント、各種統計データ等について、本業務への関連事項を整理して取り組むこと。
- ②市内事業者や生産者等の民間によるイベントや取組等についても、本業務への関連事項を整理すること。

(3)業務計画書の作成

- ①本業務仕様書の業務内容及び提案事項を反映した業務計画書を作成すること。
- ②本業務計画書については、業務進捗内容に合わせ必要に応じて柔軟な見直しを図るものとする。

(4)打合せ

- ①月に1回以上実施するものとする。
- ②回数の多寡による委託費の増減は行わない。

(5)先進地視察

- ①本業務の参考となる取り組みを行う地域（官民を問わない）を1回以上視察する。なお、視察先は事業者提案を踏まえて双方協議のうえ決定するものとする。
- ②視察に係る費用を直接経費として計上（うるま市分は除く）すること。

(6)感動産業特区まちづくり推進協議会（仮称）の運営支援等

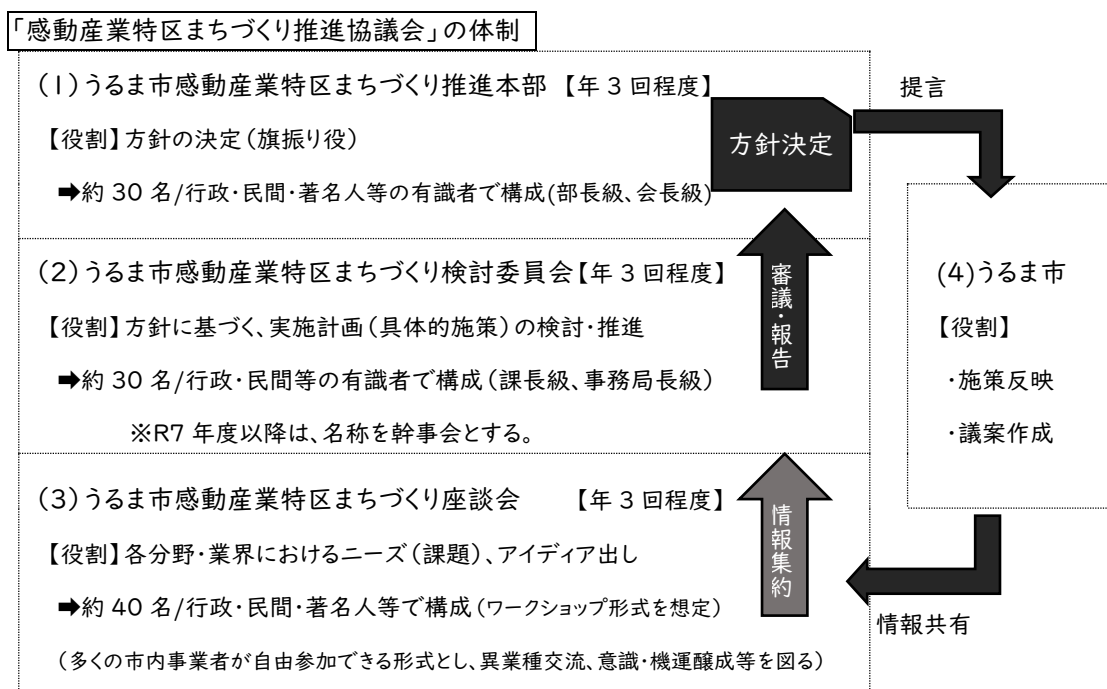
- ①本市の感動産業特区の方針決定（ロードマップの策定、関連施策の検討、議案審議・承認等）を担うために市が組成する組織「感動産業特区まちづくり推進協議会（以下、「協議会」という。）」の運営支援を行うこと。

②運営支援の内容としては、会議資料作成、議案作成、会議進行、議事録作成、課題・解決策の整理・提案、有識者への謝金支払い等の会議運営関連業務一式とし、うるま市と連携して柔軟に対応すること。

(※会議体の組成、会議日程の調整・開催通知等はうるま市にて行う。)

③議案作成にあたっては、うるま市役所庁内からの提出議案を取りまとめるとともに、本業務にて整理された事項（ニーズ、課題等を含む）を専門知見から整理し、受託者においても有効性が見込まれる具体的な施策等を積極的に提案すること。

④協議会の運営や本業務全般における必要な情報整理のため、適宜開催する庁内会議（5回程度）へ参加すること。なお、庁内会議は関係課長、係長等で構成するものとし、関係部署の関連施策や各業界におけるニーズ（課題・要望）の把握、議事録作成を行い、整理した内容を適宜本業務へ反映すること。



※上記(1)～(3)の協議会全体によるキックオフ会議を令和6年6月5日または6月7日開催予定。

※上記(1)、(2)の有識者への謝金（80万円）を直接経費として計上すること。

(7)感動産業特区のブランディング戦略の構築等

①ブランドコンセプトの整理、提案

「感動産業特区うるま市」の強みや魅力、差別化できるポイント等を改めて整理すること。さらに、うるま市が提供できる価値の整理とブランドストーリー（理念、思い）を文章化し、そこからブランドコンセプトをまとめること。

なお、ブランドコンセプトの作成にあたっては、県内外から訪れる来訪者（アウター向け）への訴求だけでなく、市民・市内事業者等（インナー向け）にその趣旨が伝わり、理解・賛同が得られ、分かりやすい言語表現や視覚的に理解しやすい図解等の要素を組み合わせて作成すること。

②将来像の整理

上記①を踏まえ、目指すべき将来像について整理すること。

③ロードマップの作成

- ・上記(6)の協議会における意見（各業界のニーズ、課題、要望等を含む）や、上記(7)①②のブランドコンセプト等を踏まえ、感動産業特区うるま市の目指すまちづくりの将来像を達成するために〔観光・物産・エンタメ・スポーツ・教育・歴史文化・その他産業等〕の分野横断的な官民一体となって取り組む共通目標とロードマップを作成すること。
- ・作成にあたっては、行政、民間、市民等の役割整理と理解・連携を促すような視覚的に分かりやすい内容とすること。
- ・ロードマップの計画期間は5年(令和7年4月～令和12年3月)を目安とするが、事業者提案を踏まえて双方協議のうえ決定する。

④ブランディング戦略の運用手法の整理

- ・上記(7)①②③のブランディング戦略の運用にあたっては、後年度以降も継続的なブランド認知状況等の調査、効果検証を行い、適宜ブラッシュアップする想定であるため、その調査、検証手法についても整理すること。

⑤感動産業特区まちづくり推進体制への提言

後年度以降における庁内外実施事業や取り組み、イベント等について、ロードマップに沿った対応を図るための推進体制・役割構築のモデルプランを示すこと。

(8)感動産業特区浸透のための取り組み（インナー向けブランディングの実施）

市民・市内事業者等（インナー向け）へうるま市の魅力を改めて考える機会、何気ない日常や自らが携わる身近なものに感動が溢れていることを再認知する機会を創出し、そこから「感動産業特区」の取り組みへの理解と賛同を得て、自分ゴト化、自発的な取り組みを促すため、下記インナー向けブランディングを実施すること。

①インナー向けブランディング資料の作成

上記(7)①のブランドコンセプトを視覚・感覚的に分かりやすく整理し、自らが携わることの1つ1つがうるま市の魅力であることを想起、再認知し、感動産業特区まちづくりへの「理解」・「賛同」が得られ、「自分ゴト化」に繋がるインナー向けブランディングツールとなる資料を作成すること。

②市内事業者等の参画促進施策の実施

- ・「感動」を軸としたまちづくりが市内事業者等にとって参画メリットのあるものとして、市内事業者等の理解、関心を高める、特区としてユニークな企画を実施するなど、参画を促す取り組みを行うこと。
- ・また、自らが携わることへの誇り、思い、自信、こだわり等を「感動」を軸とするストーリー性を持った自発的な展開（商品・サービス開発・情報発信等）を促すことも念頭に置くこと。
- ・なお、実施にあたっては、本事業のみならず庁内外との事業連携を想定しているため、必要な調整を適宜実施すること。

③市民等の参画促進施策の実施

市民の理解、関心を高め、自らの住むまち「感動産業特区うるま市」の意識化に繋げる、特区としてユニークなキャンペーンを実施すること。（写真投稿キャンペーン等の感動に触れる参加型イベント等）

また、市民の意見・反応を把握できる取り組みとすること。

なお、実施にあたっては、本事業のみならず庁内外との事業連携を想定しているため、必要な調整を適宜実施すること。

④既存サイト等の活用及び情報発信

- ・インナー向けブランディングにおける情報発信やキャンペーン実施にあたっては、広く市民・市内事業者等（インナー向け）に周知・拡散するため市で管理する既存の感動産業特区ブランドサイト（<https://kando-uruma.com/>）を積極的に活用し、市広報紙、公式 LINE、YouTube、その他 SNS 等との連携を図ること。

- ・また、本業務においてブランドコンセプト等が決定されるなど進捗がある場合は、随時本サイトにて情報発信・情報蓄積等の必要な更新作業を行うとともに、感動産業特区まちづくりの概要について分かりやすいブランドサイトの魅力を高める内容とすること。（※サイトの保守、ドメイン・サーバーの管理・更新にかかる費用は、本業務とは別に市で対応する。）

(9)ブランディング戦略に資する新たなコミュニケーションワードの作成

- ・感動産業特区うるま市について、上記(7)のブランディング戦略に通ずるコピーや付随するデザイン、ナラティブ、キャッチフレーズ等のブランディング戦略に必要なコミュニケーションワード等を開発すること。
- ・開発にあたっては、感動産業特区について広がりをもって想起できること、温かさ・親しみ・ユニークさ・独自性等を重視した内容とし、今後の市内・県内・県外プロモーションにおいて、マーケティング的な視点から複数パターンを開発すること。
（※令和6年9月30日までに1パターン以上を完成させること）

(10)PRツールの作成

感動産業特区うるま市を市民・市内事業者等（インナー向け）および県内・県外（アウター向け）へPRするために必要なツール作成（フライヤー、ポスター、卓上のぼり、のぼり、シール、動画等）を行うこと。

なお、作成するPRツールについては事業者提案を踏まえて双方協議のうえ決定する。

【既存ツール】

- ①感動産業特区のぼり 30枚
- ②感動産業特区横断幕 1枚
- ③感動産業特区懸垂幕 1枚
- ④感動産業特区コンセプトムービー 1本
- ⑤感動産業特区コンセプトムービー（阿麻和利編） 1本








（※令和6年10月31日までに県内外向けPRツールを完成させること）

(11)ブランドガイドラインの作成

- ・市民や市内事業者等に「感動産業特区」の目的や内容を分かりやすく浸透させるためのブランドガイドラインを作成すること。
- ・作成にあたっては、ロードマップと連動した活用方法を戦略立てるとともに、利用者がブランドについて理解し、その上で積極的な活用を促すようなルール整備を行うものとし、ブランドコンセプト、ブランドストーリー、デザインコンセプト、ロゴ使用例・使用条件、申請手続き等を記載すること。

(12)業務報告書の作成

本業務の実施内容及び本業務をとおして得られた情報、課題等を整理・分析し、今後のブランディング、プロモーションにおいて必要とされる事項をまとめた内容とすること。

6. 成果物

- (1)業務報告書（A4 製本） 3 部
- (2)ロードマップ（A4 製本） 1, 0 0 0 部
- (3)ブランドガイドライン（A4 製本） 1, 0 0 0 部
- (4)PR ツール 一式
- (5)上記電子データ 一式

7. 留意事項

- (1)本業務で取得したすべての財産は、本市へ帰属するものとする。また、本件業務の実施により生じた著作物に関するすべての著作権（著作権法第 27 条及び同法第 28 条に定められた権利を含む）は、本市へ帰属する。
- (2)受注者は、本市又は本市から正当の本件著作物の利用を許可された第三者に対し、著作権者人格権を行使しないものとする。
- (3)本市は、本件著作物の公表に際して、受注者の承諾を得ることを要しないものとする。
- (4)本業務にあたり、第三者の著作権、肖像権等その他の権利に抵触するものについては、受注者の費用をもって処理し、受注者自らその版權者（著作権者）に承諾を得るものとする。
- (5)本業務の実施による成果物は、映像、画像等の著作権上の管理関係を済ませた上で納品すること。また、それらに関する紛争が生じた場合は、本市指示に基づく場合を除き、受注者の責任において対応するものとし、本市が責任を負わない。