

令和 8 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

本市では、令和 7 年度に「感動産業特区まちづくりブランディング戦略方針」を策定し、ミッション「人が輝き、地域のありのままが、感動を生むまち」の実現と、達成目標「感動人口 100 万人」に向けたブランドサイトやファン登録制度（LINE 拡張ツール Liny を活用したうるま市公式ファンクラブうるラバ）等の基盤を構築した。

令和 8 年度は、この構築した資産を基盤とし、「人づくり」「地域コミュニティ強化」「認知拡大」の 3 つの取り組み軸を本格稼働させるフェーズである。

本業務は、感動産業特区うるま市のブランド推進活動に対し、専門的なマーケティング知見に基づき運用支援、データ分析、市内事業者が自律的にブランドを活用するためのルール整備およびツール制作支援を行い、戦略の中核エンジンである『ファン登録制度』を起点として、市内全体の意識醸成（ブランド理解、浸透）と行動を誘発し、県内外からのブランド認知向上、ファン獲得、観光誘客、経済循環を図ることを目的とする。

## 2. 業務履行期間 契約締結日から令和 9 年 2 月 2 6 日まで

## 3. 予算規模 1 3, 9 7 0, 0 0 0 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、まちづくりの根幹となるインナーブランディングに重点を置き、一過性のプロモーションにとどまらないブランド活動と効果検証を行うことを念頭にマーケティング的視点をもって取り組むこと。また、市内全体（市役所、事業者、関係団体、市民など）で感動産業特区まちづくりブランディングを推進していくという雰囲気づくりを意識した視点で業務に取り組むこと。
- (2) 「インナーブランディング」の推進にあたっては、まちづくりの理念浸透、人づくり（愛着、誇りの醸成）と地域コミュニティ強化（地域への主体的な関わり）につなげることを意識すること。
- (3) 「アウターブランディング」の推進にあたっては、来訪意欲が溢れ出すようなブランドイメージ定着を目指し、個人旅行においても「うるまのありのままの感動」を体験できる情報提供を意識すること。

## 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。

受注者は、本業務を行うにあたり、うるま市防災広報対策部秘書広報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。

### (1)基本事項

#### ①業務計画書の作成

- (ア)業務に先立ち、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し、契約締結日から14日以内に提出すること。
- (イ)作成にあたっては、過年度成果（令和6年度、令和7年度に実施された感動産業特区まちづくりブランディング事業、感動産業特区観光プロモーション事業）を踏まえ、本業務における方向性や整合性について整理すること。
- (ウ)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。

#### ②打合せ

本委託業務の実施に際して、打合せは月に1回以上実施するものとする。  
なお、回数多寡による委託費の増減は行わないものとする。

### (2)主要業務

#### ①戦略の中核エンジン「ファン登録制度」の運用・分析支援

本市の承認のもと、企画立案から配信実務までを受託者主導で完結させる運用体制を構築し、市内外ファンのエンゲージメントを最大化するための運用フローおよびコンテンツ企画を提案・支援すること。（本市は企画内容の確認・修正指示、トーン&マナーの監修、最終承認を主な役割とする。）

なお、提案にあたっては、市外からの来訪・経済循環だけでなく、市民の行動のきっかけとなる企画を含めるものとし、具体的な内容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ものとする。

#### (ア) 情報発信（配信・メニュー更新）の企画および実行

- ①年間を通じた情報発信カレンダーを企画・提案すること。
- ②LINE 拡張ツール Liny 上での配信設定（市民向け・市外向けのセグメント配信、リッチメニューの更新等）を代行し、本市の承認を得た上で配信を実施すること。なお、受託者自らが企画・収集した情報・素材、本市が提供する一次素材（写真等）を基に、原稿作成および画像等のクリエイティブの制作を行うこと。

#### 【提案要求事項】

本市は最終承認に専念し、企画・原稿作成から配信設定までの実務を受託者内で完結させ、持続可能かつ効果的なファンクラブアカウント運用フローを提案すること。また、本市の地域特性を活かした「ファンが喜ぶ配信コンテンツ（企画案）」を具体的に1つ以上

提示すること。

※LINE 公式アカウント（スタンダードプラン）、Liny のシステム利用料については、別途市予算にて対応する。

#### (イ) データ分析と改善提案（行動設計への接続）

月 1 回、登録者の属性、ブロック率、タップ率、チェックイン（来訪）実績等を分析したレポートを提出すること。

##### 【提案要求事項】

分析レポートは単なる数値の羅列ではなく、「現地での特別な体験の特典化」「来訪・消費へつなげる動線強化」「アンバサダー連携」など、次月以降のプロモーション施策や UI・UX 改善に向けた戦略的かつ実践的な提案を含むこと。

#### (ウ) 感動産業特区うるま市ブランドサイトにおける情報発信

ファン登録制度の情報発信をブランドサイトにて行うこと。情報発信は、簡易的に対応可能な新着情報、お知らせをメインとし、現行サイト機能の範囲内で対応するものとする。

※受注者は、「ブランドサイトの保守、ドメイン・サーバーの管理・更新にかかる保守管理委託業務」に係る見積書の提出及び随意契約に関する協議を行うこと。

（別紙「感動産業特区うるま市 WEB サイト保守管理委託業務仕様書」を参照。）

### ②ブランディング施策の展開支援（主体的なグッズ展開促進・ツール制作）

庁内各課・市内事業者・関係団体がブランドを正しく、かつ自発的に活用できるよう、実効性の高いルール整備とツール展開手法を提案・実施すること。

#### (ア) 「ファングッズ開発・ロゴ活用」のルール整備

著作権の取扱いや「感動産業特区ロゴ」「まんまうるまロゴ」の使用基準等をまとめた「ファングッズ等へのロゴ活用ガイドライン（仮称）」の作成と「WEB フォーム等での申請スキーム」を企画提案し、構築すること。

#### (イ) ブランディングツールの制作

ファン登録制度の認知拡大、浸透を目的とし、インナーブランディングを主軸としたツールの制作・納品。

##### 【提案要求事項】

提案にあたっては、完成イメージ、トーン&マナーを確認するため、実際に市内に掲出することを想定したデザインカンプ（ポスターやのぼり等のラフ案）を 1 点以上提示すること。

なお、ファン限定「ピンバッジ」については現行デザインに準じた同等品を 1,000 個制作するものとし（令和 7 年度ピンバッジ制作単価、1 個あたり税抜き 500 円）、その他の品目・数量については事業費内で最適配分を提案すること。

### ③ブランディング戦略の進行管理および効果測定

令和7年度に策定されたブランディング戦略方針（ロードマップを含む）の進捗状況を把握するための「定例会議出席」と「効果測定のための調査」を実施すること。

※ブランディング戦略方針の更新については、本業務に含まないものとし、本事業の成果、効果測定結果を踏まえ、市で対応する。

#### （ア）ブランディング戦略の「進行管理サポート」

・本市における毎月の定例会議（市秘書広報課、経済産業部、関係団体で構成予定）へ出席すること。会議出席については、オンライン参加も可能とし、うち半数程度は現地参加するものとする。また、定例会議のうち、年4回は感動産業特区まちづくり推進本部・幹事会へ現地参加するものとする。

・なお、会議参加においては、まちづくりの方向性やブランディング戦略方針の進捗把握を行い、各分野における施策効果を高めるためのアイデアや具体的な施策等を積極的に提案し、専門的知見から整理・助言を行うこと。

※感動産業特区まちづくり推進本部・幹事会の会議資料作成、運営にかかる業務一式は、すべて本市が実施するため本委託業務に含まない。

#### （イ）効果測定（KPI 調査等）

##### 【提案要求事項】

令和7年度に策定された「ブランディング戦略方針における成果指標」の初期値を的確に測定するための調査方法、調査時期、設問設計を提案・実施し、その結果分析と次年度のブランディング戦略への改善方針を含む報告書を取りまとめること。

##### ■成果指標項目

##### 【取り組み軸1 | 人づくり】本事業において、市民意識調査実施等を想定。

成果指標① 市内における「感動産業特区」愛着度・誇り

成果指標② 地域PR意欲（うるま市をおススメしたい）

成果指標③ 地域貢献意欲（まちのために活動したい）

成果指標④ 地域活動感謝意欲（活動している人に感謝、共鳴）

##### 【取り組み軸2 | 地域コミュニティ強化】本市からの数値報告をもとに分析すること。

成果指標⑤ 市内における「地域イベント（市主催を除く）」実施回数および参加人数

成果指標⑥ 市民の「地域活動参加人数」（地域活動、伝統文化活動、清掃活動）

成果指標⑦ 市民の「地域活動感動表彰制度（仮称）」への表彰人数

※成果指標⑥、⑦については、令和9年度以降の制度運用想定のため調査対象外とする。

##### 【取り組み軸3 | 認知拡大】本事業においてWEB調査を想定（地域ブランド調査等）

成果指標⑧ 市内・県内・県外における「感動産業特区」「まんまうるま」認知度

成果指標⑨ 市内・県内・県外における「ファン登録制度」登録人数

【最重要KPI】本市からの数値報告をもとに分析すること。

成果指標⑩ 市の独自概念「感動人口100万人（令和13年3月時点）」の達成状況（目標値内訳）

- ・定住人口 13万人（地域文化の担い手であるうるま市民）
- ・応援人口 5万人（ファン登録者1万人、ふるさと納税寄付者4万人）
- ・体験人口 55万人（市観光振興ビジョンにおける主要観光4施設への来場者数等）
- ・認知人口 27万人（SNS登録者数等）

※ 一年間（4月～翌3月まで）の人数をカウントし、達成状況を把握する。

### (3)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を、仕様書項目ごとに現状、課題、対応策等に分けて整理し、最終的な事業全体総括を記載すること。

また、後年度以降における継続的な地域ブランディング推進に必要とされる事項（事務局機能、庁内体制、関係団体の役割、連携体制等）をまとめた提言をあわせて記載すること。

## 6. 成果物

- (1)情報発信カレンダー、月次データ分析・改善提案レポート…………… 電子データ
- (2)ファングッズ等へのロゴ活用ガイドライン…………… 電子データ
- (3)業務報告書（A4製本）…………… 3部
- (4)ブランディングツール…………… 一式
- (5)上記電子データ…………… 一式

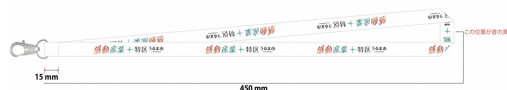
## 7. 留意事項

- (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。
- (6)本仕様書や他の資料等で使われている概念等の名称や定義、目標値などについては今後変更をする可能性がある。
- (7)見積書の作成に当たっては、「5.業務内容」(1)~(3)の項目を基本とし、事業費の範囲内で、必要に応じて提案事業費や一般管理費等を含めること。

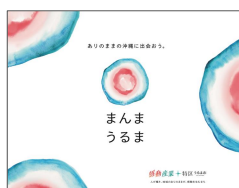
【参考資料 1】 既存ツール（令和 6 年度制作分）

【令和 6 年度制作ツール】

- ①感動産業特区ネクストラップ 100 本
- ②感動産業特区ピンバッジ 100 本
- ③庁舎吹き抜けタペストリー 2 枚
- ④庁内用感動産業特区ステッカー 2 種×100 枚



- ⑤ポスター（B2） 200 枚
- ⑥まんまうるまステッカー(公用車用) 500 枚
- ⑦まんまうるまステッカー(直径 50mm)1,000 枚
- ⑧まんまうるま感動冒険地図（B02） 1 枚
- ⑨のぼり（感動産業特区） 25 枚
- ⑩のぼり（まんまうるま） 25 枚
- ⑪自立式大型バナー（感動産業特区） 1 枚
- ⑫自立式大型バナー（まんまうるま） 1 枚



- ⑬横断幕（感動産業特区） 1 枚
- ⑭横断幕（まんまうるま） 1 枚
- ⑮テント幕（2 間×3 間） 3 枚
- ⑯MAMMA URUMA 感動冒険地図（見開き A2 サイズ）
- ⑰まんまうるまセレクションパンフレット（A4 サイズ）
- ⑱感動産業特区うるま市を知って好きになる本（A5 サイズ）



【参考資料2】既存ツール（令和7年度制作分）

【令和7年度制作ツール】

①ステッカー ②タペストリー



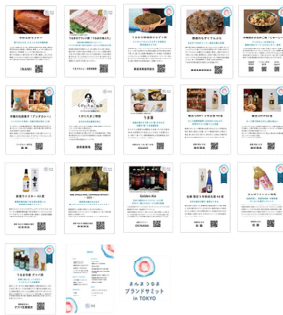
③アンバサダーカード(3種)



④A1 パネル まんまうるまブランドサミット in TOKYO



⑤うるま食材パネル  
式次第メニュー等



⑥A1 パネル つむぐまんま  
うるまパネル4種



⑦うるラバ 説明パネル



⑧うるラバ会員証パネル



⑨ピンバッジ



⑩アンバサダー動画 2種 龍神伝説ロゴ



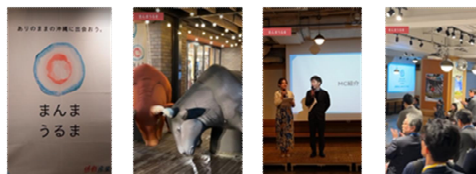
⑪アンバサダーパネル



⑫コンセプトムービー



⑬SNS 動画（縦） ブランドサミット in TOKYO 2種類



⑭SNS 動画（縦） ブランドサミット in URUMA 1種類

