

令和 8 年度 亀岡市シティプロモーション事業

仕様書

1. 業務の目的

本事業は、広報プロモーション課が「市全体の情報発信のハブ(中心)」となり、各担当課が進める事業の情報発信を支援・強化することを目的とする。

特に、職員が担うべき「簡易な業務」と、外部パートナーが担うべき「高度な業務」を明確に区分し、将来的に簡易な業務を市職員のみで完結できる「自走する組織」への変革を目指す。なお、本事業は組織的なスキル習得を目指すため、令和8年度から3年を見越した計画の提案を求めるが、契約は原則として単年度契約とする。3年間の契約や予算措置を保証するものではない点に留意すること。

2. 業務の基本方針

受託者は、事業主体である各担当課の意向を十分に汲み取った上で、以下の役割を担うこと。

(1) 業務の内製化支援(簡易業務)

広告費数十万円規模の小規模なデジタル広告の運用や SNS 投稿などの「簡易的なプロモーション業務」について、伴走して支援し、3年間で職員への技術移転を完了させること。

(2) 高度業務の進行管理(リーダー機能)

本事業の適切な進行管理とともに、簡易業務の枠を超えるキャンペーンや高度な制作物については、受託者が責任を持って戦略立案からスケジュールの管理、品質の担保までを行うこと。

(3) 伴走支援と役割分担(摩擦の防止)

各事業の広報戦略においては、担当課の方針決定後に関与するのではなく、「広報内容の決定前(担当者レベルの検討段階)」から参画し、クリエイティブや発信内容を最適化すること。

(4) 生成 AI 活用

生成 AI の実装・活用については、他自治体の先行事例等も参考に、本市が別に検討を進める方針(デジタル庁「行政の進化と革新のための生成 AI の調達・利活用に係るガイドライン」を基に、令和8年度上半期を目途に亀岡市役所におけるガイドラインを策定予定。)に従い、広報プロモーション課は「広報業務における有効な活用例」を作り出し、展開に向けてのサポートをする役割を担うこと。

3. 業務内容

【区分①】対 市外：地域産品・観光資源の PR 支援

(1) 地域産品の魅力発信支援 (PR 資産の提供)

- 高度業務 (受託者領域) :
 - YouTube 等での発信に加え、関連部署が活用を進めるための、魅力的な高品質動画・記事の制作およびインフルエンサー施策の進行管理。
 - データに基づいたインフルエンサー選定と連動した各種キャンペーン及び効果測定。

- 簡易業務 (内製化対象) :
 - 既存素材を活用した小規模なデジタル広告の入稿・分析作業など。

(2) 全国都市緑化フェア (亀岡会場) 広報連携

- 高度業務 (受託者領域) :
 - 実行委員会の全体広報を補完する、亀岡会場独自の Web/SNS 戦略の立案と、複雑な情報の整理・設計。
- 簡易業務 (内製化対象) :
 - 会期中のタイムリーな SNS 発信や簡易レポート作成。

(3) 観光・定住促進のターゲットアプローチ

- 高度業務 (受託者領域) :
 - 本市公式 Instagram アカウントでの日常的な投稿素材の撮影・編集、投稿及び観光情報の中心とするための全体戦略設計とキャンペーン企画。
 - 「子どもファースト宣言」等をターゲット層へ届けるための詳細な媒体計画と広告配信設計。
- 簡易業務 (内製化対象) :
 - 本市公式 Instagram アカウントでの日常的な投稿素材の撮影・編集、投稿

【区分②】対 市内：市民参加の向上支援 (内製化対象)

- 市民向け事業の情報発信最適化 (全世代への到達) :
 - デジタル広告等を活用した周知の仕組みを作る。初期の設計は受託者が行い、運用の一部を徐々に職員へ移管する。

- デジタルを活用した情報伝達(セーフティネット):
 - 「検索連動型広告」等を活用したデジタルアウトリーチ。
- 広報効果測定:
 - 統計的に信頼できる調査手法を用い、市民の反応を数値で測定し、各担当課へフィードバックする。

【区分③】対 職員:組織変革と内製化(重点項目)

本事業における最重要項目として、以下の通り業務区分を定義し、内製化を推進する。

(1)内製化の対象とする「内製化すべきプロモーション業務」

以下の業務については、3年後に職員のみで行えるよう、マニュアル整備および実務研修(OJT)を行うこと。

- 対象者:広報プロモーション課職員やプロモーションに携わる職員複数名
(※今後の組織変更などがあった場合、後継組織の職員とする。)
- 対象業務:
 - 戦略基礎:ターゲットに応じた適切な媒体選定、キーワード設定。
 - 進行管理:上記簡易業務に係るスケジュール管理および関係者調整。
 - 広報実務:プレスリリース(PR TIMES 含む)の執筆・配信、キャッチコピー作成。
 - SNS 運用:投稿企画、画像加工、投稿作業、コメント対応、基礎的なデータ分析。
 - 制作業務:チラシ、ポスター、Web バナー、ショート動画(スマホ撮影・編集レベル)。
 - デジタル広告運用:予算規模の小さいキャンペーンの入稿・運用・レポート作成・分析。

(2)受託者が担う「高度なプロモーション業務」

- 全庁的なブランディング戦略の策定とプロモーション体系図の整理。
- 大規模予算を投じる広告キャンペーンの全体設計と運用。
- 高度な機材や技術を要するクリエイティブ制作。
- 危機管理広報など高度な判断を要する案件。

(3)生成 AI の活用

- 今後導入される生成 AI を前提とし、上記「簡易業務」の効率と質を飛躍的に高めるための業務手順の構築と、業務変革の先行モデル(活用例)の創出。

4. デジタルプロモーション実施上の留意事項(重要)

アカウントの取り扱いや計測タグの設置等に関する詳細な技術要件については、必ず【別紙：デジタルプロモーションに係る留意事項】を確認し、これに準拠した提案を行うこと。

5. プロジェクト管理および使用ツール(必須要件)

本事業の円滑な遂行および情報共有のため、適切なツールを使用できる体制を整えること。

(1) プロジェクト管理ツール(backlog、jooto など)

(2) 連絡・コミュニケーションツール(Googlechat、Slack、Microsoft Teams など)

※(1)について、現在、本市では backlog によるプロジェクト管理を行っているため、業務の継続性の観点から backlog を推奨するが、他ツールのメリット等を説明のうえ、backlog によらない方法を提案することは可能とする。1及び2で使用するツールについて、詳細は契約時に調整する。

6. 再委託の制限

業務の再委託(一部再委託を含む。)は企画提案書に記載がある場合を除き、原則として認めない。一部再委託を行う場合は、事前に書面にて報告し、本市の承諾を得なければならない。

7. 成果物

(1) 全体戦略ロードマップ(令和 8 年度～令和 10 年度)

※原則単年度契約であるが、以下の3項目に留意し、3 年間の育成・変革プランを示すこと。

(a) 特定事業者への依存回避(ベンダーロックインの防止): 本業務で導入・開発するツールやシステム(生成 AI のプロンプト、業務自動化フロー、Web サイトの CMS 等)は、特定の事業者に依存せず、契約終了後も本市が問題なく継続して使用、または修正・更新が可能な汎用的な規格・サービスを選定すること。いわゆる「ベンダーロックイン(特定のベンダーに依存し、他社への切り替えや自社運用が困難になる状態)」となる独自規格や閉鎖的なツールの採用は原則として認めない。

(b) 高度なシステムの引き継ぎ: 受託者が独自に開発した高度なプログラム、スクリプト、または複雑な SaaS 設定等を使用する場合は、契約終了後も本市または本市が指定する第三者が運用可能な状態を担保すること。

(2) 内製化研修カリキュラムおよび実施報告書

(3) 業務マニュアル(簡易業務の手順書・共有知識ベース ※複数名共有用)

(4) 各種制作物(高度制作品 ※著作権及び使用权を原則本市に帰属させ、二次利用を可能とする。)

(5) 各キャンペーンの PR 計画書および改善レポート