

令和6年度広報紙「ひろしま市民と市政」Web 特別号の作成・配信等業務 基本仕様書

1 業務名

令和6年度広報紙「ひろしま市民と市政」Web 特別号の作成・配信等業務

2 委託期間

契約締結日から令和7年3月31日まで

3 業務概要

本市の事業や施策に関する情報、市民生活に必要な情報について、デジタル端末の普及による情報収集手段の多様化に対応し、主に若い世代、子育て世代に必要な情報を伝えるため、当該世代に向けた広報戦略の提案のほか、広報紙「ひろしま市民と市政」（以下、「広報紙」という。）のWeb 特別号（新規記事・再編集記事）を作成し、広島市公式 SNS（LINE、X、Facebook、Instagram、YouTube、note）などを活用して配信する。

4 委託業務の内容等

委託する業務の詳細については、以下のとおりとする。

(1) 広報戦略の検討・提案

ア 主に若い世代、子育て世代に対して広報効果が最大化するよう、ターゲット層や情勢等の分析の他、市の施策やテーマに関する分析、適切な情報発信手法についての分析を踏まえ、本市に最適な広報戦略を提案すること。

イ Web サービスや SNS 等、それぞれの特性を踏まえながら活用するツールを選定し、各情報発信ツールの現況と目標及び成果を測ることができるような指標を提案すること。

ウ 将来的には、職員による追加発信が想定されるが、発信作業者が変更となっても、発信内容にはある程度の統一感が必要となる。このため、発信内容に統一感が保てるようなルールを整理する必要があり、更新管理作業の負担やコストを考慮した上で、ルールの素案作成やルール策定をすること。

(2) Web 特別号・新規記事（以下「新規記事」という。）の企画・制作・投稿

ア 令和6年度の広報紙（企画面・特集面）に掲載する予定のないテーマで、主に若い世代、子育て世代向けに、市政への関心や、理解を深めるための記事を企画し、本市と協議の上制作し、投稿すること。企画・制作に当たっては、受注者の持つ広報活動のノウハウを最大限に生かすこと。

イ 記事のテーマは2つ以上とし、1テーマの分量は、タブロイド判1ページ分程度（令和5年度に発行した広報紙1ページ目を参考にすること。）を目安とする。

- ウ 投稿は、1テーマにつき1回以上とする。投稿頻度はテーマごとに間隔を空けて、投稿時期が偏らないようにすること。各テーマでの投稿については、予算内で最適な投稿回数・投稿時期を提案し、実施すること。
 - エ 令和6年度の広報紙に掲載する予定のテーマは、本市から提供する。
 - オ 企画・作成に当たっては、本市が取り組む施策の趣旨や課題を十分に踏まえ、クオリティを十分に確保すること。
 - カ 市民が本市に住み続けたいくなるような魅力的な情報、知りたいことを得られるような一般的な情報など、より地域に親しみを持てるための情報発信に力点を置いたコンテンツを制作すること。
 - キ 前年度や他媒体で発信済みの既存コンテンツも十分に検証し、独自性を持ったコンテンツを含めるとともに、全体的にバランスがとれた展開となるよう留意すること。
 - ク 4(5)の編集会議の内容に応じて、コンテンツ制作に必要な取材・インタビュー・写真撮影等を実施し、原稿を書き起こすこと。
 - ケ 上記や本市からの提供資料などを基に、特集コンテンツの原稿整理、情報構成検討、コピーライティングなどの編集業務を行うこと
- (3) 毎月1日・15日発行の広報紙の記事の中から、Web 特別号用に再編集した記事（以下、「再編集記事」という。）の制作・投稿
- ア 広報紙の内容を Web で効果的に情報発信するため、広報紙の記事を再編集し、投稿する。
 - イ コンテンツは、主に若い世代、子育て世代向けのものとし、本市から提供する資料を基に企画・作成する。必要に応じて調査したり、本市へのヒアリングを実施して行うこと。
 - ウ 投稿は、原則週1回以上行うものとし、その回数は、予算内で最適な投稿回数とすること。また、本市から題材指定等があった場合は対応すること。
- (4) 新規記事・再編集記事の作成等
- ア Web サービスや SNS 等、それぞれの特性を生かした記事を掲載すること。
 - イ 記事の投稿に活用する Web デザイン、バナーデザイン(静止画・動画) や投稿テキスト、ハッシュタグなどの制作を行うこと
 - ウ 記事の見出しは、読者に刺さるキャッチコピーを提案すること。
 - エ 堅くなりがちな行政情報を、読みやすくわかりやすい文章、画像などで紹介すること。併せて、「てにをは」等の文章の誤りがないか確認を行うこと。
 - オ 記事内容をより分かりやすくするためや余白の調整として、内容に即したイラストやグラフ・図表・記号・地図を提案、作成する。必要に応じて写真、作品などの取り込みや加工等を行う。
 - カ ターゲットとする世代を中心とした市民に訴求するため、文章には必要に応じて、拡散やフォロワーの増加に効果的な#(ハッシュタグ)を用いるとともに、記事が検索

しやすい工夫をすること。

キ 投稿に使用するテキストは、アクセシビリティチェック設定表に記載の対象文字は変換文字にする、機種依存文字は使わないなど、広報課の指示のもと、ホームページ上で読むのにふさわしい文字表現等に修正するなど、広島市ウェブアクセシビリティ方針に則ること。

<https://www.city.hiroshima.lg.jp/site/guide/239502.html>

ク 記事の作成に当たり、モデルや小道具が必要であれば、その手配や道路や施設の使用許可は受注者が行うこと。モデルに対しては、肖像権等に関する調整を行うこと。

ケ イラストレーターによるイラスト作成を行う場合、イラストレーターに、著作権等に関する調整を行うこと。

コ インスタグラマーなどをPRマスコットとして採用する場合は、本市と協議の上決定すること。

(5) 新規記事・再編集記事の編集会議の開催

ア 記事のテーマ・内容・構成や写真・イラスト等について、月1～2回程度、編集会議を開催する。その際、Webの特性、特にスマートフォンでの読みやすさや、紙面版を読まない読者を意識した提案をすること。

イ 提案するテーマは、通年又は季節やイベントなどの時季に応じたものとする。

ウ 編集会議後は、各記事を速やかに作成すること。

(6) 校正

ア 4(2)及び(3)の投稿内容については、必ず事前に本市の了解を得ること。

イ 校正は、2回以内を想定して行うが、広報課が校了を告げるまで行うこと。

(7) 効果的な投稿

受注者の持つ広報活動ノウハウを最大限活かし、記事の内容及びその発信方法が、SNSアカウントの登録者や投稿に対する反応が増加し、ユーザー数(アクセス数、リーチ数、フォロワー数等)の拡大につながるような、効果的なものとなるよう企画し、実施すること。

(8) 効果の検証

ア アクセス数等のアクセス解析ができるツールを利用し、投稿に活用するWebサービスやSNS等毎に、その各数値について測定の上、分析、検証を行うこと。

イ アカウント及び投稿記事の拡散状況など、ターゲット層へのアプローチについて、取組の効果を検証し、その結果報告及び効果向上提案等を実施すること。

ウ 上記ア及びイの検証結果等の報告は、2ヶ月に1回以上行うこと。

(9) 留意事項

ア 行政情報という性格上、Web特別号の掲載日は、その記事の性格・内容・解禁等の関係から、広報課が自由に指定できるものとする。

イ SNS でのリポストについては、撮影投稿者への許可を得た上で、市の了承を得た上で使用することは、可とする。

ウ ユーザビリティを考慮し、ストレスを感じない程度の閲覧状態・構成・速度を意識したうえで制作すること。

エ Web 特別号の配信に活用するツールが、広島市公式インスタグラム広報紙専用アカウントの場合、受注者が投稿すること。それ以外のツールを活用する場合、投稿は本市が行う。

オ 課題があれば本市と協議の上、その改善策を提案すること。

5 成果物の著作権等

- (1) 写真や動画等、契約履行過程で生じた成果物の著作権、所有権は、原則として全て本市に帰属する。ただし、受注者が従来から権利を有している受注者固有の知識、技術に関する権利等（以下「権利保有物」という。）については、受注者に留保するものとし、この場合、本市は権利保留物について当該権利を非独占的に使用できることとする。ただし、ロイヤリティフリーイラストは除く。
- (2) 成果物の2次利用は、無償で使用できるものとする。
- (3) 受注者は、納品する成果物について、第三者の商標権、肖像権、著作権、その他の諸権利を侵害するものではないことを保証することとし、成果物について第三者の権利を侵害していた場合に生じる問題の一切の責任は、受注者が負うものとする。

6 実施計画書等の作成

(1) 実施計画書の作成

ア 受注者は、業務履行開始に当たり、契約締結日から10日以内に実施計画書を作成し、本市の承認を得ること。また、年度末におけるWeb特別号における目標値を記載すること。

イ 実施計画書を変更する必要があるときは、本市の承認を得た上で変更し、変更後の実施計画書を提出すること。

(2) 議事録等の作成

ア 本市と編集会議や打ち合わせ、協議を行う際には、協議事項を事前連絡すること。

イ 協議に必要な資料は、協議の2日前までに本市と共有すること。

ウ 終了後は議事録を作成し、終了後1週間以内に提出し、本市の承認を得ること。

エ 打ち合わせ等において生じた検討課題については、議事録とは別に、課題管理表にまとめて作成・提出した上、課題の解決を実施し、本市の承認を得ること。

(3) 実施報告書及び実績報告書の作成

受注者は、2ヶ月ごとに実施報告書を作成し、事業実施月の翌月10日までに提出すること（ただし、年度末は3月31日までに提出すること）。報告書には、投稿した記事

のインプレッション数といいね数、投稿した本市 SNS アカウントのフォロワー数の推移を必ず記載し、進捗状況に合わせて適切なその他の数値等を記載すること。

また、委託業務完了の日から起算して10日を経過した日又は令和7年3月31日のいずれか早い日までに、委託期間を通した取組内容やその成果、取組に基づいた分析、考察、次年度以降に効果的と考えられる提案を記載した実績報告書を作成し、本市に提出すること。

7 業務履行体制

- (1) 業務性質を鑑み、適任者を配置すること。また、業務全体を統率する統括責任者を置き、業務全般の進行管理や調整機能を一元化すること。
- (2) 統括責任者は、本市担当者と十分な意思疎通が図れる者とし、委託期間を通じて、本市担当者と緊密な連携、調整を図ること。
- (3) 業務従事者を明記した体制を示す書類を本市に提出すること。なお、統括責任者を変更する場合は、あらかじめ連絡すること。

8 その他

- (1) 広報実施のために制作する有体物及び無体物一式を、素材ごとにリスト化し、本市が指定する日までに指定場所に、電子媒体で納品すること。
- (2) 受注者は、本業務により知り得た情報等を本業務においてのみ使用することとし、これらを他の目的に使用し、又は他のものに漏洩してはならない。本業務の契約が終了し、又は解除された後においても同様とする。
- (3) この仕様書に定めのない事情が生じた場合は、発注者・受注者協議の上、決定する。