

別添

大山町魅力発信業務

1 業務名

大山町魅力発信業務

2 業務場所

西伯郡大山町全域

3 趣旨

大山町（以下「本町」という。）の魅力・認知度・好感度の向上を図り、将来的な移住・定住および関係人口の創出につなげるため、専門的知見を有する受託者が、本町のシティプロモーション戦略に基づき戦略的な情報発信を行う。本業務は、単なる既存情報の拡散ではなく、受託者がプロデューサーとして町内の事業者および住民の活動現場に入り込み、本町の「選ばれる理由」となる新たな価値を掘り起こし、コンテンツ化することを主目的とする。

4 業務の期間

契約締結日から令和9年3月12日まで

5 提案上限金額

9,234,000円（消費税及び地方消費税を含む。）

6 実施方針

本業務の実施に当たっては、本町の「大山町シティプロモーション戦略」を深く理解した上で、次に掲げる事項を基本方針として遂行すること。

（1）戦略的ターゲットの徹底と意図の具現化

本町のシティプロモーション戦略に基づき、**「町外在住の個人」**を最重点ターゲットに設定すること。潜在的なファン層に対し、「行ってみたい」「住んでみたい」という具体的な意欲を喚起させるストーリー性のある情報発信を行うこと。単なる観光情報の提供に留まらず、本町が目指す「持続可能な地域づくり」や「多様なライフスタイルの提示」といった戦略的意図を深く理解し、本町の地域像やブランドイメージを具現化するコンテンツを制作・配置すること。

（2）受託者の専門的知見に基づく自立的なコンテンツ創出（責務）

受託者は広報・PRの専門家として、委託者（町）からの素材提供に依存することなく、自

立的な情報収集、企画立案、およびコンテンツ開発を行う責務を負う。

制作に必要な素材（写真、動画、インタビュー等）は、受託者が自ら町内の事業者や住民の元へ足を運び、直接リレーションを構築した上で主体的に調達・開発することを基本とする。

（3）委託者の指示への適正かつ迅速な対応

受託者は、本業務の遂行に際し、委託者が本町シティプロモーション戦略上の観点から必要と認めて指示する事項について、誠実かつ迅速に対応しなければならない。

社会情勢の変化や緊急性の高い広報案件が発生した場合は、委託者と密に連携し、柔軟に実施計画の調整を行うこと。

7 実施体制

全体統括、PR コンサルタント、SNS コンサルタント等、戦略を深く理解し遂行できる4名程度の専門体制を常に維持すること。

8 業務の内容

（1）戦略策定・初期プランニング（初期フェーズ：2026年7月）

中長期PR案の策定：シティプロモーション戦略を深化させ、町外在住の個人に刺さる3～5年先を見据えた計画案、これにともなうKPI設定を提示すること。（別添「大山町シティプロモーション戦略」を参照のこと）

現状評価と課題抽出：受託者が直接実施する現地視察や事業者・住民へのヒアリングを通じ、戦略の意図に沿った本町の強みを再定義すること。

（2）住民・事業者との共創による素材開発（最重要義務項目）

受託者の主導による素材調達：受託者は、事業者や住民と直接対話・調整を行い、撮影やインタビューを自ら企画・遂行すること。素材不足を理由とした業務の停滞は一切認められない。

能動的な業務遂行：発信に必要な許可取りやスケジュール調整等の実務についても、受託者が主体となって事業者・住民と直接行うこと。

地域発信力の強化：住民や事業者が自立的に発信を継続できるよう、現場での技術支援（撮影術やSNS活用術のアドバイス等）を随時行い、町全体の広報力を底上げすること。

（3）パブリシティ活動およびメディアプロモート

戦略的プロモート：ターゲット層が日常的に接触する全国メディア（TV、雑誌、Webメディア等）に対し、毎月1件程度の継続的なアプローチを実施すること。

（4）SNS運用およびインフルエンサー活用

戦略的SNS運営：ターゲット層の共感を得る町の公式アカウントの設置における企画・運用を行い、フォロワー数・エンゲージメントの拡大を図ること。

現場素材撮影については、戦略に基づいた独自の視点で、毎四半期（年4回）以上の現地素材撮影を実施すること。インフルエンサー招致については、戦略的意図を体現できるインフルエンサーを年間6人程度招致し、地元事業者・町民とともに、ターゲット層への深いリーチを図ること。

（5）定例報告およびアドバイザリー

① 定例打合せの実施と戦略進捗管理

受託者は、毎月1回、委託者と定例打合せを実施し、前月の活動実績（パブリシティ露出状況、SNS数値推移、インフルエンサー動向等）を報告すること。

単なる実績報告に留まらず、本町のシティプロモーション戦略に照らし合わせた達成度（KPI進捗）および課題を分析し、次月の活動計画へ反映させること。

② 現地臨場およびフィールドワークの遂行

受託者は、四半期に一度（年4回）以上、本業務における主担当者または専門スタッフを本町へ派遣し、現地臨場を行うこと。

臨場時には、以下の業務を遂行し、その結果を次期施策に反映させること。

事業者・住民とのリレーション強化：直接対話を通じた信頼関係の構築、および現場が抱える課題や発信素材の継続的な掘り起こし。

臨場日程および具体的な活動内容については、委託者と事前に協議の上、決定すること。

③ 随時アドバイザリー業務

定例打合せ以外においても、メディア環境の変化や急な社会情勢の変動に対し、本町のシティプロモーションに資する助言を随時行うこと。

本町の広報活動全般（他部署の施策等）に関し、専門的な知見から相乗効果が見込める提案がある場合は、積極的に情報提供を行うこと。

指示への即応：受託者は、本業務の遂行にあたり、委託者が本町のシティプロモーション戦略に基づき指示する事項について、速やかかつ誠実に対応しなければならない。

専門的助言: 委託者からの広報施策に関する相談や質問に対し、専門的知見（メディア動向、SNSトレンド、他自治体事例等）に基づき、随時適切なアドバイスを行うこと。

緊急時対応: 社会情勢の変化や緊急の広報案件が発生した際、委託者の要請に応じて迅速な情報発信支援やメディア対応の助言を行うこと。

9 成果品の提出

露出状況報告書、中長期 PR 案、年間活動報告書（KPI 達成状況、戦略への寄与度検証を含む）。提出期限令和 9 年 3 月 12 日

10 特記事項（実務上の責務）

主導的な遂行義務: 業務に必要な素材は、受託者が事業者や住民の協力を得て自ら調達することを基本とする。委託者による素材準備の有無を理由に業務を停滞させることは、契約上の義務不履行とみなす。

課題解決の主導: 制作にあたっての課題が発生した場合は、受託者が主体的に解決策を講じ、戦略の実現に向けて速やかに業務を遂行すること。

11 その他

上記に掲げる業務の他、独自の手段等による情報発信の提案があれば実施すること。

12 留意事項

- (1) 本業務を達成するために必要な一切の経費は、受託者の負担とする。
- (2) 大山町シティープロモーション戦略に基づき、本業務の実施に合わせてパブリシティによる取材記事の活用などマスメディアに対して積極的な働きかけを行い、より効果的な情報発信が可能となるように努めること。
- (3) 露出時期が一時期に偏ることなく年間通じてバランスのとれた露出となるよう努めること。
- (4) 受託者は本業務を再委託をしてはならない。ただし、再委託先の業務内容、体制及び責任者を明記し事前に委託者に報告し承認を得た場合はこの限りでない。
- (5) 受託者は本業務に必要な情報等について、この契約以外の目的で使用し又は第三者に提供してはならない。
- (6) 受託者は本業務を行うために委託者から貸与された情報等を滅失改ざん及び破損してはならない。
- (7) 本業務に使用する写真等の被写体が人物の場合、肖像権を侵害しないようにすること。

- (8) 受託者は、本町の情報収集を行うとともに、現地の視察を行うよう努めること。
- (9) 広告換算額は原則として、受託者がアプローチした媒体のみの換算とする。
- (10) 本業務の契約金額は、放送又は掲載され、その結果、視聴者などに情報が提供されることの対価である。よって、企画提案書で示された露出目標や広告換算額と著しく異なる場合は、契約金額の全部または一部を支払わない場合がある。