

業 務 説 明 資 料

1 業務件名

令和2年度プロモーション業務委託

2 業務の実施方針

本業務では、新型コロナウイルス感染症流行の収束を見据え、各種メディアへ取材・掲載を促すアプローチを行い、露出を獲得することで横浜の魅力を発信し、横浜への来訪意欲の喚起と横浜ブランドイメージの向上を図る。

3 履行期間

契約締結日から令和3年3月31日（水）まで

4 履行場所

本市が指定する場所

5 業務内容

(1) 計画

「2 業務の実施方針」に沿って、時期・ターゲットに応じた効果的・効率的なメディアアプローチの全体計画を作成する。

なお、横浜市を目指すブランディングの方向性に関する資料については、参加意向申出書を提出した企業に対し、提出時に配布する。

(2) 国内メディアへのアプローチ及び露出プロモーション

ア 本市の特徴やブランドイメージを活かした、メディア向けのプロモートシートを企画・制作する。(切り口を変え、5テーマ程度を想定)

※テーマについては、委託者と受託者双方協議のうえ決定する。

イ アのプロモートシートを基に、メディアへの取材誘致を行い、露出を図る。

特に新型コロナウイルス感染症流行の回復期の露出を狙ってアプローチを行う。新型コロナウイルス感染症の流行が今年度中に収束しない場合は、横浜ブランドイメージの向上を目的とした露出を狙ってアプローチを行う。

アプローチの際は、受託者が所有するメディアリスト（500件程度を想定）に電子メールやファクスなど、最も効果的・効率的な方法で実施し、露出可能性の高い媒体については電話等でのフォローも積極的に行う。メディアリストの確定については委託者と受託者双方協議のうえ決定する。

なお、観光系、カルチャー系メディアなどへのペイドパブは原則本市が行う。ペイドパブを展開する際は、受託者に媒体や内容を事前に情報共有したうえで実施する。

<アプローチ先希望>

- ① 首都圏キー局を中心としたテレビ（特に情報番組・旅バラエティ系の特集・エンタメ番組）
- ② 5大紙の全国版等、新聞メディア
- ③ 雑誌、WEB、ラジオ等

ウ 露出された場合に効果の高い、首都圏キー局テレビ番組や新聞全国版紙面などについてはメディアキャラバンを実施する（7か所程度を想定）。なお、その際必要に応じて本市担当者も同席する。メディアキャラバンの実施先、回数については委託者と受託者双方協議のうえ決定する。

(3) 報告

ア 委託者との定例打合せ

メディア露出に関するアプローチ進捗状況および計画について、委託者との打合せを実施すること。週または隔週に1回の定例を想定しているが、実施頻度やメールもしくはオンライン等での報告とするか否か等は別途協議の上進める。

また、受託者のメディアアプローチの結果、メディアの露出を獲得したものについてはクリッピングおよび広告価値換算額の算出を行い、上記定例打合せの際に報告すること。

イ 完了報告

事業完了後に、実績及び効果、分析、評価、その他実施業務に関する報告書を作成すること。

ウ その他

その他トラブル等、委託者への報告が必要と思われる事案が発生した際には、速やかに連絡の上、経過・経緯・対応策等をまとめた報告書を提出すること。

6 成果品について

(1) 提出物

- ア 実施計画書
- イ 完了報告書

(2) 提出場所

横浜市文化観光局横浜魅力づくり室企画課
〒231-0005 横浜市中区本町6-50-10 30階
電話 045-671-3680 / FAX 045-663-7880

7 留意事項

- (1) 本業務の実施に際しては、委託者と十分な協議を行いながら進めることとし、本業務説明資料に記載のない事項及び疑義のある場合は、別途協議の上決定するものとする。
- (2) 本業務の検討内容及び進行状況等について、委託者が報告等を求めた場合、特段の理由なくこれを拒んではならない。また、委託者が公表している又は委託者が認めた情報以外の情報を第三者に漏らしてはならない。
- (3) 本業務の全部を第三者に委任し、又は請け負わせることは認めない。また、委託業務の一部を第三者に委任し、又は請け負わせようとするときは、あらかじめ委託者の承諾を得なければならない。
- (4) 本業務の実施のために制作した著作物に係る使用权及び著作権（著作権法（昭和45年法律第48

号) 第 21 条から第 28 条までに規定する権利をいう) は、写真・イラスト等を含め、全て委託者に帰属し、受託者はその成果を自ら利用し、又は第三者に帰属してはならない。また、本市が二次利用を含めて、これを自由に使用できるものとする。これにより受託者に生じた、いかなる損害についても委託者は責任を負わないものとする。