千葉市移住プロモーション動画制作・広告業務委託　仕様書

本仕様書は、当該業務に関して基本的な事項を定めるものとする。その他必要と考えられるものについては、適宜、創意工夫し、提案すること。

１　委託業務名

千葉市移住プロモーション動画制作・広告業務委託（以下「本業務」という。）

２　目的

千葉市の総人口は２０２０年代前半をピークに減少に転じる見通しであり、人口減少に伴う課題を克服し地域を活性化するため、移住先として千葉市が選択される又は選択肢に入る後押しやきっかけとなる動画を制作するとともに、移住のターゲットに向けた効果的なＰＲを行うことを目的とする。

３　メインターゲット

　・ライフステージに応じた新たな居住環境の選択に関心のある子育て世代

　・主なＰＲエリアは、東京２３区東部及び千葉県内北西部

４　履行期間

契約締結日から令和６年３月２９日（金）まで

（ただし、動画制作については令和６年３月１５日（金）まで）

５　業務の指示及び監督

（１）業務の受託者(以下「乙」という。)は、本業務を履行するにあたり、契約に基づき千葉市（以下「甲」という。）と常に綿密な連携を図り、その指示及び監督を受けなければならない。

（２）乙は、本業務の各段階における方針について、甲の承諾を得たうえで着手しなければならない。

（３）乙は、本業務の履行上必要と認められるもので、本仕様書の解釈に疑義が生じた事項及び仕様書に明記していない事項については、甲と事前に協議し、その指示に従わなければならない。

６　業務内容

（１）プロモーション動画の制作

|  |  |
| --- | --- |
| 動画  概要 | ・動画制作に係る一連の業務（シナリオ制作、撮影、編集、肖像権・著作権処理、成果品の制作等）を行うこと。また、必要に応じて、出演者との交渉・調整を行うこと。  ・用途に記載のとおり、各種媒体でプロモーションを行う想定であることを考慮し、全体版・ダイジェスト版のほか、広告の必要に応じ、複数の動画を制作すること。  ・全体版：１本、９０秒程度  ダイジェスト版：１本、３０秒程度  その他：広告の必要に応じた動画  ・サイズ：1920×1080以上　形式：H.264/MPEG-4 AVC  ・時間、本数等は、最終的には提案を踏まえ、甲と調整のうえ決定すること。 |
| 内容 | ・独自性が高いストーリー展開や映像美など、強いインパクトを与え「住んでみたい」「行ってみたい」と思える内容であること（ストーリー展開や映像美は例示で、実際の手法は問わないが、移住者インタビューは不可とする。）。  ・ターゲットに刺さるキャッチコピーを動画内で表示すること。  ・本市のホームページ（観光等）や既存の統計資料などにより、本市の魅力や強みへの理解を深めたうえで検討すること。  （参考）2023年度千葉市第６回ＷＥＢアンケートより  Ｑ 千葉市のどのような特性を広報すれば転入を後押しできると思いますか。  （回答上位６件）  ①都内に比べて住宅価格、間取りが手ごろ（53.0％）  ②交通の利便性（都内へのアクセスなど）（52.0％）  ③日常の買い物が便利（31.0％）  ④都会の田舎のバランスがいい（27.9％）  ⑤子育て環境の充実（24,2％）  ⑥海がある（21.8％）  【参考資料】  ①千葉市の人口動向・人口を考えるデータ集  ②令和３年度東京都からの転入者アンケート調査報告書  ③千葉市第６回ＷＥＢアンケート「人口減少抑制」  ④千葉市まちづくりアンケート  ⑤千葉市基本計画 |
| 編集 | ・ターゲットが関心をもって視聴できるよう、適宜動画の加工、編集、ＢＧＭ、ナレーション、テロップ・字幕（日本語）の挿入等の編集作業を行うこと。  ・今後、継続して動画を使用するため、出演者や協力者の肖像権、音楽等の著作権に係る調整を行うこと。  ・動画は、パソコンだけでなく、スマートフォンやタブレットなどのモバイル端末でも鮮明な画質で閲覧できるようにすること。  ・完成までに甲による複数回の内容確認及び修正指示の機会を設ける。 |
| 主な  用途 | ・甲が管理するYouTube、SNSでの配信  ・「（２）成果品を活用したプロモーションの実施」において実施する広告  ・市ホームページでの配信 |
| その他 | ・上記履行期間内に成果品による移住プロモーションを実施することから、動画制作期限は　令和６年３月１５日（金）までとする。 |

（２）成果品を活用したプロモーションの実施

|  |  |
| --- | --- |
| 概要 | ・（１）で制作したPR動画について、ターゲットに対する効果的な情報発信の手法を提案・実施すること。  ・利用媒体については、YouTubeやSNS、WEBサイト等を想定しているが、最適と考えられる媒体（複数の媒体の組み合わせも可）を選定の上、その媒体選定の理由も明確にすること。  ・提案する各広告媒体については、それぞれ視聴回数等の目標値を設定すること。  ・YouTubeアカウントで公開するにあたり、必要なタイトル、サムネイル画像、概要説明及びタイムライン等を設定すること。  ・動画広告費及び広告管理費にかける費用は、全体予算の２０％程度を想定しているが、最終的には、提案を踏まえ、甲と調整のうえ、決定する。 |
| 期間 | 動画完成から、令和６年３月下旬まで |
| その他 | 動画については、上記期間以降も甲が管理するYouTube、SNS等での配信を行う予定。 |

７　作業計画書の提出

乙は、契約締結後14日以内に業務内容とそのスケジュールを明確にした作業計画書を甲に提出し、甲の承諾を得て本業務を行うものとする。

８　支払方法

契約金額について、業務完了後に一括で支払うものとする。

９　成果物の納品

乙は、業務履行による成果物を以下のとおり甲に提出する。納入場所は、千葉市役所（千葉市中央区千葉港１－１）のうち甲が指定する場所とする。

（１）PR動画のデジタルデータ一式（ＤＶＤ－Ｒ）

・ＤＶＤ

各動画（家庭用ＤＶＤプレーヤーで再生できる形式）　各２枚

・動画データ

全体版及びダイジェスト版に関するＰＲ動画（H.264/MPEG-4 AVC形式）　１枚

（家庭用ＤＶＤプレーヤーで再生できる形式）

（２）プロモーションの実績報告書（実施媒体、再生回数、視聴者属性等）

10　本業務における成果物の取扱い

（１）本業務の履行に係る成果物の所有権は全て甲に帰属する。

（２）成果品が著作権法（昭和45年法律第48条）第2条第1項第1号に規定する著作物（以下「著

作物」という。）に該当する場合には、当該著作物にかかる受注者の著作権（著作権法第21条から第28条までに規定する権利）を当該著作物の引き渡し時に発注者に無償で譲渡するものとする。

（３）乙は、甲の同意を得なければ、著作権法第18条から第20条までに規定する権利（著作権人格権

を行使しない。

11　その他

（１）業務の遂行に起因し、第三者に損害を与え、第三者から苦情があった場合には、乙において損害賠償、または苦情処理の措置を講じること。

（２）仕様書及び契約書に定めのない事項については、甲乙協議のうえ定めることとする。

（３）成果品の内容が不適切と認められる場合、再提出を求める。