

提案仕様書

1 業務名

「大札新」を用いた企業誘致広報プロモーション業務

2 業務の背景と目的

(1) 背景

ア 本市のこれまでのプロモーション活動について

- ・現在本市では民間投資を活用した再開発が次々計画・進行しており、都市のリニューアルが進んでいる。
- ・本市中心部では、再開発により街が生まれ変わろうとしていること、また再開発に合わせて、より積極的に企業進出を促していきたいという姿勢を明確に打ち出していく必要があることから、本市では「大札新（ダイサッシン）」というスローガンとロゴマークを作成。令和4年度より「大札新」を用いた企業誘致プロモーションを行ってきた。
- ・これまでは幅広いビジネス層に対する大札新の認知拡大を目的としてきたが、昨年度は、首都圏の経営層への周知も目的に加えPR活動を展開した。
- ・大札新を用いたPRは本市中心部の再開発の動きに合わせて2030年ごろまで実施していく見込み。



イ 過去のプロモーション内容

<令和4年度>

- ・新幹線車内搭載紙「Wedge」への広告掲載
- ・品川駅デジタルサイネージへの広告掲載
- ・Facebook等へのウェブ広告の掲載
- ・市長ビデオメッセージの作成

<令和5年度>

- ・15秒のPR動画の作成
- ・JR東日本 山手線・横須賀総武線快速車内でのPR動画配信
- ・JR東日本 首都圏路線での車内広告の掲載
- ・Facebook、Youtube等へのウェブ広告の実施
- ・大札新ランディングページの作成

<令和6年度>

- ・雪ミクをPRアンバサダーに任命
- ・JR品川駅でのイベント実施
- ・PR動画の作成
- ・JR東日本 山手線・横須賀総武線快速車内でのPR動画配信
- ・JR東日本 首都圏路線での車内広告の掲載
- ・スマートニュース、Youtube等へのウェブ広告の実施
- ・公式Xの運用開始

<令和7年度>

- ・ウェブ広告の実施（Google・Yahooへのリスティング広告、メタ、スマートニュースへのディスプレイ広告）

- ・大札新公式Xのフォロワー獲得施策の実施（フォロー&リツイートキャンペーン）
- ・札幌市への企業進出を動機付けるタイアップ記事をAERA DIGITALに掲載
- ・大札新ランディングページ、企業誘致ウェブサイトの改修

ウ 令和7年度の取組内容と取組実績

(ア) KPIと達成状況

- a ウェブ広告クリック数
 - 目標値 : 84,000件
 - 実績 : 119,485件
- b Xアカウント新規フォロワー獲得数
 - 目標値 : 700人
 - 実績 : 3,323人
- c タイアップ記事ページビュー数
 - 目標値 : 10,000回以上
 - 実績 : 11,234回

(イ) ウェブ広告の取組内容と取組実績

	リスティング広告		ディスプレイ広告	
	Google	Yahoo!	Meta	Smartnews
表示回数	37,957回	77,470回	702,353回	3,462,220回
クリック単価	165.45円	57.39円	36.02円	5.46円
クリック率	6.86%	3.84%	2.48%	2.79%
エンゲージメント率	45.12%	49.84%	23.98%	12.89%
平均閲覧時間	00:17	00:17	00:02	00:06

(ウ) 取組実績に対する本市の認識

- ・大札新ランディングページや企業誘致ウェブサイトへのアクセス数が増加するなど、「大札新」の認知度向上において一定の成果を収めた。
- ・特にリスティング広告においては高いエンゲージメント率を記録し、企業進出のニーズが顕在化している層への効果的なアプローチが可能であることを確認した。
- ・一方で、ウェブ広告から流入した層の本市ウェブサイト平均閲覧時間は伸びなかった。
- ・また、一連の施策により、具体的な企業進出に関する問い合わせの増加や進出実績の創出へと直接的に結びついたとは言えず、今後は具体的なアクションへ繋げることが課題の一つと認識している。

(2) 目的

本業務は札幌市で供給が進むオフィスビルへ入居が見込める、道外（主に首都圏）企業の意思決定層（経営者、役員、経営企画部門責任者等）を主なターゲットとして「大札新」をフックに本市のビジネス環境の優位性や独自の魅力を印象付け、本市に対する興味関心を高めつつ、本市への企業進出に対する機運を醸成し、問い合わせなどの具体的なアクションや進出実績の創出へつなげることを目的とする。

なお、本市のビジネス環境の特徴などは以下のウェブサイトを参照のこと。

3 業務内容

受託者は、上記2の目的を達成するため「大札新」のスローガンとロゴマークを活用したPRを行うこと。

具体的には、以下の(1)～(4)の業務を行うこととし、実施内容の詳細については、企画提案の内容を基に、委託者と受託者で協議し調整する。

なお、大札新PRアンバサダー「雪ミク」関連の既存成果物については、内容を一切改変せずにそのまま使用することのみ可能とする。

(1) KPIの設定

目的を達成するために適切なKPIを設定すること。設定に当たっては、単年度の数値目標に留まらず、次年度以降も継続的に検証・比較が可能な指標を定め、その理由と共に提示すること。

(2) ウェブ広告の掲載

設定したKPI達成のため、令和7年度の取組内容と取組実績を踏まえた最適なウェブ広告を企画・掲載すること。

広告については、一過性のものではなく、定期的に効果測定、分析を行い、手法、ターゲティング、媒体等の改善を適宜行いながら戦略的かつ継続的に運用すること。

(3) 効果検証調査の実施

本業務の実施結果について、業務の目的や設定するKPIを踏まえて効果を検証し、報告書として取りまとめること。

(4) その他のPR施策の実施

目的達成のため、(1)～(3)の他、ターゲット層に対する訴求力のある効果的なPR施策を実施すること。ただし、記事広告は実施しない。

4 履行期間

契約締結の日から令和9年3月31日まで

5 環境への配慮について

本業務においては、委託者が運用する環境マネジメントシステムに準じ、環境負荷低減に努めること。

(1) 電気、水道、油、ガス等の使用にあたっては、極力節約に努めること。

(2) ごみ減量及びリサイクルに努めること。

(3) 両面コピーの徹底やミスコピーを減らし、紙の使用量を減らすように努めること。

(4) 自動車等を使用する場合は、できるだけ環境負荷の少ない車両を使用し、アイドリングストップの実施など環境に配慮した運転を心がけること。

(5) 業務に係る用品等は、札幌市グリーン購入ガイドラインに従い、極力ガイドライン指定品を使用すること。

6 その他

(1) この仕様書に定めのない事項及び疑義が生じた事項については、委託者と受託者が協議のうえ決定すること。

- (2) 業務の進行に当たっては、あらかじめ本市の業務担当者と綿密な打ち合わせをし、必要な企画、提案及び助言等を行うこと。また、委託者の意向を適宜反映した広報活動とするため、委託者と例月打合せを行うこと。
- (3) 本仕様書に定める事項のほか、札幌市契約規則及び関係法令を順守すること。
- (4) 受託者は、本市が成果物等を広報及び広告活動等に利用する場合には、自由に使用できるよう、著作権法（昭和45年法律48号）第18条から第20条に規定する著作権者の権利を、委託者及び委託者が指定する第三者に対して行使しないこととする。
- (5) 受託者は、成果物等が著作物に該当する場合において、本市が当該著作物の利用目的実現のためにその内容を改変しようとするときは、その改変に同意する。
- (6) 受託者は、成果物等が著作権法第2条第1項第1号に規定する著作物に該当する場合には、当該著作物に係る受託者の著作権（著作権法第21条から第28条までに規定する権利をいう。）を当該著作物の引き渡し時に本市に無償で譲渡する。
- (7) 受託者は、第三者の商標権、著作権その他の諸権利を侵害する者でないことを本市に対して保証すること。
- (8) 成果品や資料等の公開に伴い、第三者から権利侵害の訴えその他の紛争が生じたときは、受託者は自己の費用及び責任においてこれを解決するものとし、かつ委託者に何らかの損害を与えたときはその損害を賠償するものとする。