

「令和8年度 水道事業PR業務」 業 務 内 容

事業1 市民参加型イベントによる理解促進

1 背景・目的

札幌市の水道は、蛇口をひねればいつでも安全な水が出てきて、安定的に使用できるという認識が根付いており、毎日の生活に欠かすことができないものになっている。

一方で、安全で安定な水道水の供給を支えるための札幌市水道局の取組について市民が意識する機会は少なく、特に若年層は水道事業に関心が薄い傾向があることがアンケート調査により示されている。

また、札幌市水道局では広報に関する事業目標として「水道局からの情報提供に満足している人の割合」の向上を掲げているが、この割合についても若年層は低い傾向にある。

以上より、若年層を重点ターゲットとし、楽しみながら水道事業に対する関心・理解を深めてもらうため、市民参加型イベントを通じた事業理解の促進を図る。

2 業務内容

上記の目的を達成するため、より幅広い市民への働きかけを可能とするような、既存の取組にとらわれない先進的で魅力的かつインパクトのある市民参加型イベントを実施すること。実施に当たっては、より多くの人々が気軽に参加・体験できるような企画とすること。

※ 企画に際してWEBサイトの構築やSNSの開設等が必要な場合は、受託者側で行うこととし、イベント期間内において適切に運営及び管理を行うこと。

(1) ターゲット

- ・ 普段水道局の取組に触れる機会が少ない20歳台～30歳台を中心とした若年層

(2) 周知する内容

下記の内容について、市民の関心・理解を深めることができる参加型の内容とすること。

- ・ 常に安全で良質な水道水を供給するための札幌市水道局の取組
- ・ 24時間途切れずに安定給水を維持するための札幌市水道局の取組
- ・ 事故や災害時においても安定的に水道水を供給するための札幌市水道局の危機管理対策（応急給水拠点の認知向上を含む）
- ・ 札幌市水道局の経営状況
- ・ 水道料金や各種手続

(3) 参加者数（目標）

- ・ 受託者からの提案によることとするが、12,000人以上とする。

※ オンライン企画を設ける場合は、リアルで開催するイベントの参加者数と、オンライン企画へのアクセス数などの参加者数が分かる指標の合計とする。

指標の測定方法は提案により示すこと。

- ※ リアルで開催するイベントの目標参加者数とオンライン企画の目標参加者数の比率に関する指定はない。

(4) イベント内容の企画・実施

ア イベントの企画

- (ア) イベントの規模及び回数は問わないが、より多くの参加者を集客できる企画を提案すること。複数回の開催とする場合は、すべての開催の合計参加者数が目標参加者数を超えるようにすること。
- (イ) 開催日程は土日・祝日、平日の夜など、イベントへの参加のしやすさなどを考慮し設定すること。
- (ロ) 開催場所は、ターゲット・企画内容等に合わせ、参加者の利便性等を鑑みて提案すること。なお、多くの市民の目に留まりやすい場所での開催が望ましい。
- (エ) 企画に必要な会場の確保、コンテンツの制作、手配及び調整等を行うほか、イベントの実施にあたり必要となる各種申請の手続きを行うこと。
- (オ) コンテンツの企画にあたり、以下の点に留意すること。
 - ①「(2)周知する内容」に記載の項目について、市民の関心・理解を深めることができるコンテンツを企画すること。なお、応急給水拠点（災害発生時に飲料水の供給ができない場合に備えて、飲料水を貯めておく施設）の認知度を向上させる企画を必ず盛り込むこと。
 - ②令和7年度に実施し好評であった地面に水と筆で自由に絵を描く「水でアートコーナー」（地面に水と筆で自由に絵を描くコンテンツ）の継続実施が望ましい。
 - ③制作するコンテンツについては、本事業終了後も使用することが可能なものが望ましい。
 - ④令和6年度まで本事業で実施していた「きき水体験」（水道水とミネラルウォーターの種類を伏せた状態でそれぞれ飲んでもらい、アンケートを実施する取組）は、令和7年度から別事業で実施していることから、原則として本事業のコンテンツとしては実施しない。
- (カ) イベントの運営管理に必要な事項を検討し、委託者と調整すること。
- (キ) 会場の設営・撤収時やイベント開催中の混雑時にも事故が発生することがないように、スタッフを配置し歩行者等の安全確保に努めること。
- (ク) 十分な数のスタッフを確保し、円滑に運営できるよう、事前に必要な研修等を行うこと。
- (ケ) イベント実施時に発生するトラブル、障害、不具合等について対応すること。
- (コ) 来場促進のためノベルティを配布する場合は、配布用のノベルティを必要数制作すること。なお、ノベルティの制作に当たっては、環境負荷の少ないアイテムとすること。委託者が提供する既存のノベルティを用いることも可能（【参考1】「提供・貸与物品等一覧③」を参照）とするが、数に限りがある。

あるため、ノベルティの制作数、既存ノベルティの提供数について委託者と協議の上決定すること。

イ 既存WEBコンテンツの利用について

- ・既存のWEBコンテンツである【参考5】「デジタルコンテンツ一覧」は、素材として使用することを可能とする。

(5) 広報・集客

イベント開催に際しては、より多くの参加者を集客できるよう、ターゲット層に訴求効果の高い媒体（Instagram等のSNS含む）やタレント、インフルエンサー等を活用したPRを行い、集客に努めること。また、イベント当日においても、通行人への呼びかけや参加しやすい雰囲気づくりなど、集客のための工夫を行うこと。

- ※ 委託者においては、報道機関への情報提供及び札幌市広報部保有の公式SNSアカウント（X、LINE）による周知を行うことを予定している。

(6) 結果の報告

ア 参加者数等の集計

- (ア) イベント参加者数の計数を行い、日毎に集計すること。
- (イ) 集計した参加者数は、各イベントの終了後3日以内にメール等により委託者に報告すること。

イ 参加者アンケートの実施

以下によりアンケートを実施すること。

- (ア) アンケートは参加者の水道事業に対する関心・理解の変化、イベントのPRの効果を把握できるものとする。
- (イ) アンケートは紙で行うこともオンラインで行うことも可能とする。
- (ウ) アンケートの回答内容をデータファイルに入力すること。
- (エ) アンケート結果をクロス集計し、「イベントアンケート報告書」を作成すること。
- (オ) 「イベントアンケート報告書」は、イベント終了後1か月以内にExcel等のデータで提出すること。
- (カ) 質問内容、手法、回答数目標、データ管理・集計方法及び報告書記載事項等、アンケートの実施に係る詳細については委託者と協議の上決定すること。

ウ 事業の実施結果報告

令和8年11月末日までに、次年度に向け効果的なフィードバックを行えるよう企画の振り返りを行い、実施結果を分析した「実施結果報告書」をPDF等のファイルにより提出すること。

3 企画提案項目

(1) 目標参加人数の設定

イベントの目標参加人数を設定すること。オンライン企画を併用したイベントとする場合は、リアルで開催するイベントとオンライン企画への参加者それぞれの目

標人数を提案すること。

(2) 具体的なイベント内容・手法

下記の内容等を盛り込んだ具体的な内容・手法を示すこと。また、その内容・手法がターゲットへの訴求に効果的であると見込む理由も併せて示すこと。

ア 具体的な参加型イベント内容、コンテンツ、情報

イ イベントで使用する具体的な媒体及び手法

ウ イベントを実施する場所、期間、回数等

エ イベントへの具体的な集客、PR方法

オ イベント実施による効果の測定方法

カ 次年度に向けて効果的なフィードバックを行うための実施結果報告書の内容

事業2 多様なメディアを活用した戦略的広報

1 背景・目的

札幌市水道局では、音楽という親しみやすいコンテンツを入口として、普段水道事業に関心の薄い層を含めた幅広い市民に関心を持ってもらうことを目指し、札幌市水道局オリジナルソング「とくべつなあたりまえ」及びミュージックビデオ（以下、「MV」とする。）を制作した。本事業では、これら既存のコンテンツを有効活用し、多様なメディアを戦略的に活用した広報を展開することで、より多くの市民の目に触れる機会を創出し、水道事業への関心・理解の向上を図る。

2 業務内容

上記の目的を達成するため、オリジナルソングの音源やMV等の素材を活用し、各メディアやターゲットの特性に合わせた効果的な広報用コンテンツを制作すること。また、職員のラジオやテレビ等のメディア出演を通じて、職員の仕事ぶりや安心・安全な水への思いを市民へ直接伝える広報活動を実施すること。

※水道局オリジナルソング「とくべつなあたりまえ」MV

(https://www.youtube.com/watch?v=wN5hDnKsMh0&list=RDwN5hDnKsMh0&start_radio=1)

※当該楽曲及びMVの著作権等の権利は札幌市水道局に帰属しており、本業務の実施に必要な範囲において、受託者は委託者との協議のもと自由に編集・加工等を行うことができる。

(1) 広報用派生コンテンツの制作・編集

ア WEB広告や交通広告（デジタルサイネージ等）、SNSでの放映に適したショート動画やPR動画を複数パターン制作すること。

イ 制作した動画は、札幌市公式YouTubeやSNS等での公開・放映が可能なものとする。

ウ 成果物の著作権は委託者に帰属するものとし、次年度以降においても、委託者が無償で自由に使用（公開、再編集、複製等）できるものとする。

(2) 多様なメディアを活用した戦略的広報の展開

オリジナルソング、MV、及び上記(1)で制作した派生コンテンツを活用し、若年層をはじめとする市民への訴求効果が高い広報を展開すること。

ア 多角的なメディア展開によるPR強化

(ア) WEB広告や交通広告など、各種メディアを効果的に活用し、オリジナルソングの親しみやすさを入口として、水道水の安全性や安定供給に向けた取組等の情報をターゲット層に分かりやすく届けることで、水道事業に対する理解促進とPRの強化を図ること。

(イ) 媒体の選定にあたっては、ターゲット層の行動特性を分析し、最も効果的な組み合わせを企画・実施すること。

イ オリジナルソングの認知度の強化

(ア) オリジナルソングのYouTubeでの再生数の増加や、認知度の向上につながる広報を展開すること。

(イ) 多くの市民が目や耳で触れ、オリジナルソングに対する共感や話題を共有できる場（機会）を創出すること。

ウ 職員のメディア出演による理解促進と信頼醸成

(ア) 職員がラジオやテレビ等のメディアに出演する機会を創出し、職員の仕事ぶりや、安心・安全な水への想いを自らの言葉で伝えることのできる広報活動を行うこと。

(イ) これにより、市民の水道事業への理解を深めるとともに、水道局への親近感・信頼感を醸成する企画とすること。

エ 広報の内容

本事業の広報にあたっては、オリジナルソングを活用しつつ、下記のテーマについても市民への理解促進が図られるよう配慮すること。

(ア) 水道料金や各種手続

(イ) 常に安全で良質な水道水を供給するための札幌市水道局の取組（取組の詳細は「第2次札幌水道ビジョン」を参照）

(ロ) 事故や災害時においても安定的に水道水を供給するための札幌市水道局の危機管理対策

(3) 結果の報告

ア 事業の効果測定

本事業における、オリジナルソング及び水道事業の認知度向上について、効果の測定・検証を行うこと。

イ 事業の実施結果報告

業務期間内に次年度に向け効果的なフィードバックを行えるよう企画の振り返りを行い、実施結果を分析した「実施結果報告書」をPDF等のファイルにより提出すること。

3 企画提案項目

(1) ターゲット層に効果的に訴求するためのメディア活用方針、職員出演企画及びPRの全体戦略。また、その内容・手法がターゲットへの訴求に効果的であると見込む理由も併せて示すこと。

(2) 制作・編集コンテンツ案

- (3)オリジナルソングや水道事業の認知度向上についての効果測定・検証方法
- (4)次年度に向けて効果的なフィードバックを行うための実施結果報告書の内容

事業3 水道凍結防止キャンペーン

1 背景・目的

例年、厳冬期に水道凍結事故が多発することから、凍結事故を予防し、冬期間も快適に水道を利用してもらえよう注意喚起するとともに、凍結防止に役立つ情報を提供する。

2 業務内容

冬期間の特に「外気温がマイナス4℃以下」となる場合に凍結のリスクが高まり、「水抜き」等の凍結防止対策を徹底しなければならないという意識を醸成することを目的としたPRを行う。

(1) ポスターによる啓発

広告媒体の一つとして、ポスターをデザインし、12月から2月までの間、下記ア～ウのとおり掲示を行う。なお、掲示に係る費用は受託者が負担すること。

ア 札幌市の庁舎・施設等

送付先の一覧（札幌市役所、区役所、区民センター、地区センターなど50か所70枚程度）を委託者が提供し、送付の手配を受託者が行う。

イ 地下鉄駅掲示板

掲出位置（札幌市営地下鉄駅内外のうち25か所程度）は委託者が指定し、掲出及びこれに係る人員の手配等を受託者が行う。

ウ 受託者が提案する掲示場所

上記ア・イ以外にポスターを掲示する場合は、多くの市民の目に留まる掲示場所を提案すること。

(2) 水道凍結対策に関する市民の意識醸成に効果的な広報・啓発の企画・実施

ア 上記「1 背景・目的」を踏まえ、市民の目に触れる機会の多さ及び対象者に対する実効性などを勘案し、水道凍結対策に関する市民の意識醸成に効果的な広報・啓発内容を企画・実施すること。

イ 水道凍結が発生する12月～1月を重点期間として、話題性やインパクトのある手法で実施すること。

ウ 委託者が制作し、既に公開している水道凍結防止啓発動画や「水抜き」解説動画（【参考5】「デジタルコンテンツ一覧⑥」を参照）は、素材として使用することを可能とする。

＜動画の公開場所＞

(ア) 水道局ホームページ

(https://www.city.sapporo.jp/suido/riyosya/faq/toketu_01.html)

(イ) 札幌市広報部公式YouTube（SapporoPRD）

(3) 結果の報告

ア 事業の効果測定

本事業における、水道凍結防止に関する市民の意識醸成について、効果測定・検証を行うこと。

イ 事業の実施結果報告

業務期間内に次年度に向け効果的なフィードバックを行えるよう企画の振り返りを行い、実施結果を分析した「実施結果報告書」をPDF等のファイルにより提出すること。

3 企画提案項目

(1) 広報・啓発手法、内容、実施時期、実施回数

※上記「(1) 背景・目的」を踏まえ、効果的と考えられる内容とすること。また、手法を選択する際には、影響力の大きさ、市民の目に触れる機会の多さ、及び対象者に対する実効性などを十分に考慮すること。また、その内容・手法が効果的であると見込む理由も併せて示すこと。

(2) ポスターデザイン（イメージ）、指定以外の掲示場所

(3) 水道凍結防止に関する市民の意識醸成についての効果測定・検証方法

(4) 次年度に向けて効果的なフィードバックを行うための実施結果報告書の内容