

“観光地松江”ブランディング事業業務委託 公募型プロポーザル仕様書

対象業務：①現状調査 ②コンセプト策定 ③ブランドツール制作 ④撮影&クリエイティブ

1 委託業務名

“観光地松江”ブランディング事業業務委託

2 目的

“観光地松江”のブランドを確立するための現状調査・コンセプト策定・ブランドツール整備を一体的に実施する。

確立されたブランドは、別途公募するマーケティング業務（Web広告・記事制作等）の方向性を規定する基盤となるものであり、両業務が連動して推進されることで、松江市への誘客促進と認知度・ブランド力の持続的な向上を図る。

3 委託期間

契約締結日の翌日から令和9年3月31日まで

4 委託費（上限額）

委託費用上限 12,000,000円（消費税及び地方消費税10%を含む。）

※ 各業務における費用配分は協会と協議の上決定するものとする。

※ 委託費には本業務の履行に必要な一切の経費（交通費・通信費等の諸経費を含む）を含むものとする。

※ 業務の進捗・内容に応じて協会と協議の上変更できるものとする。

5 委託業務内容

以下の4業務を原則フェーズ順に実施すること。各業務は協会と緊密に連携しながら進め、フェーズ移行時には当協会の承認を得てから次フェーズに着手すること。

① 現状調査

【目的】

“観光地松江”のブランド策定に先立ち、地域の現状・強み・課題・競合環境を多角的に把握する。市内主要エリアにおいて商業・観光・農業・移住等の地域産業の最前線で事業活動を行う担い手をはじめとする幅広いステークホルダーに対し、適切な手法により意見・課題認識・将来展望等を把握し、戦略・ブランドコンセプト策定を行うにあたり根拠となる一次情報を取得する。

【業務内容】

- ・「現状調査ワークショップ」の企画・運営
 - － 松江市内の実会場でのワークショップを1回開催すること。
 - － 主な参加対象：市内観光関係事業者・行政関係者を中心とし、参加を希望する市民・地域住民も受け入れること。
 - － ワークショップの設計（プログラム・ファシリテーション手法等）は受託者が提案し、協会の承認を得た上で実施すること。
 - － 各会場の会場手配・設営・事務局対応は受託者が行うこと。
 - － 幅広い参加を募るため、観光業界における有力者の基調講演なども検討すること。
 - － 納品物：ワークショップ実施報告書（議事録・参加者意見集約・写真含む）
- ・ 幅広い意見収集（オンライン開催・アンケート収集・パブリックコメント収集等）の実施
 - － 「現状調査ワークショップ」での意見集約を補完するため、オンラインでのワークショップの別途開催・アンケート収集・パブリックコメント収集等の方法による意見収集をおこなうこと。
 - － 主な対象：市内観光関係事業者・行政関係者・参加を希望する市民・地域住民を基本として、詳細は受託者が提案する。
 - － 意見収集方法の設計は受託者が提案し、協会の承認を得た上で実施すること。
 - － 意見収集対応は受託者が行うこと。
 - － 納品物：実施報告書
- ・ 3C分析・ポジショニング分析
 - － ワークショップで得た一次情報および既存データをもとに、Customer（観光客ニーズ）・Competitor（競合地域）・Company（松江市の強み・資源）の3C分析を実施する。
 - － 競合地域との差別化ポイントを整理したポジショニングマップを作成すること。
 - － 納品物：3C分析・ポジショニング分析レポート（A4・20ページ以上を目安）

【留意事項】

- ・ 幅広い意見収集を行う際の相手方及び回数、実施手法については協議の上、決定する。

② コンセプト策定

【目的】

現状調査の結果を踏まえ、“観光地松江”のブランドとして、域内外に発信すべきコアコンセプトを策定する。地域の独自性・競合優位性・ターゲット訴求力を兼ね備えたコンセプトを、関係者の合意形成プロセスを経て確立する。

【業務内容】

- ・「コンセプト策定ワークショップ」の企画・運営
 - － 現状調査の結果を踏まえた合計3回のコンセプト策定ワークショップを実施すること。
 - － 参加対象は本協会職員・DMO運営関係者・受託者を基本とする。
 - － 各回の議題・進め方は受託者が提案し、協会の承認を得て実施すること。

- ・ブランドコンセプトの策定
 - －ブランドコアコンセプト（ブランドの本質・約束）、ブランドストーリー、ターゲットインサイトの整理を行うこと。
 - －コンセプトは、協会および関係者への説明・合意形成を経て確定すること。
 - －納品物：ブランドコンセプト資料（コンセプトの背景・意図を含む説明資料）、策定プロセス記録

【留意事項】

- ・コンセプトの確定には協会の最終承認を必要とし、次フェーズ（③ブランドツール制作）への移行はその承認後とする。ただし業務進行上必要な場合は、協議の上各フェーズの同時進行を可能なものとする。

③-1 ブランドツール制作

【目的】

確立されたブランドコンセプトを具体的なツールとして可視化・言語化し、マーケティング施策や情報発信に一貫して活用できるブランド基盤を整備する。

【業務内容】

- ・デザインツール制作（ロゴ・カラー・メインビジュアル・ビジュアルガイドライン）
 - －ブランドのロゴマーク・シンボルマーク、ブランドカラーパレット、タイポグラフィを策定すること。
 - －ブランドのメインビジュアルを策定すること。
 - －各デザイン要素の使用ルールをまとめたビジュアルアイデンティティガイドライン（VI）を作成すること。
 - －納品物：ロゴ・カラー・メインビジュアル等デザインデータ一式（AI・EPS・PNG・PDF等各形式）、VIガイドライン（PDF・印刷物）
- ・ライティング（コピー・タグライン等）
 - －ブランドコンセプトを体現するキャッチコピー・タグライン・ブランドメッセージを策定すること。
 - －日本語版を必須とし、英語版についても策定すること（翻訳のみでなくニュアンスを踏まえたライティングとすること）。
 - －納品物：コピー・タグライン一覧（使用ガイドライン含む）
- ・コミュニケーションツールのデザイン
 - －観光協会職員等が使用することができるコミュニケーションツール（名刺・バッジ・ネックストラップ・関係者説明用の冊子2P-4P程度を想定）のデザインを作成すること。
 - －納品物：名刺・バッジ・ネックストラップ・関係者説明用の冊子の編集可能なデザインファイル（デザインのみを納品。印刷・製作は含まない。）
- ・ブランドブック制作
 - －ブランドのコンセプト・世界観・活用ルールを体系的にまとめたブランドブックを制作すること。
 - －対象読者：協会スタッフ・委託先事業者・観光関係者等、ブランドを運用する関係者全般。
 - －納品物：ブランドブック（印刷物・部数は協会と協議の上決定、データ納品必須）

③-2 撮影&クリエイティブ

【目的】

ブランドコンセプト・ビジュアルアイデンティティ方針に準拠した高品質なコンテンツ素材を制作し、各種プロモーションの素材基盤を整備する。

【業務内容】

- ・ キラーショット撮影（スチール写真）
 - － ブランドコンセプト・ビジュアルアイデンティティ方針に基づき、観光地松江の魅力を凝縮したキービジュアル写真を撮影する。
 - － 実施回数：年間2回（撮影時期は協会と事前に協議の上決定する）
 - － 納品物：高解像度写真データ（RAW形式・JPEG形式）、協会と協議の上決定したカット数
- ・ プロモーション動画制作
 - － 本編動画（2～5分程度）およびSNS配信用ショート動画（30秒以内）4本以上を制作する。
 - － 実施回数：年間2回（制作時期は協会と事前に協議の上決定する）
 - － 納品物：本編動画データ（大型サイネージ用4K：3840×2160ピクセル・WEB用：1920×1080ピクセル）・SNS用ショート動画データ（1080×1920ピクセル）

【留意事項】

- ・ 全ツールはブランドコンセプト（②の成果物）に基づき制作すること。
- ・ 制作の各段階で協会への中間確認を実施し、方向性のズレが生じないように進めること。
- ・ 様々な媒体で放映可能であり、動画の使用期限は無期限とすること。
- ・ モデル等の出演者を起用して撮影・制作を行う場合は、事前に協会と協議の上、決定すること。
- ・ 使用する素材の使用については、著作権上の問題が生じないようにすること。著作権等の許諾が必要な場合は、手続き等を受託者において行うこと。
- ・ 納品データはすべて協会が指定するクラウドストレージ等への格納および、記録媒体（USBメモリ等）での提出を行うこと。

6 業務推進フェーズ・スケジュール

各業務はフェーズ順に実施し、前フェーズの成果を次フェーズに引き継ぐ形で進めること。

| 業務フェーズ | 主な内容 | 想定時期 (目安) | 備考 |
|---|---|--------------|----|
| フェーズ① 現状調査 | ワークショップ設計・開催（1会場）、意見収集、3C分析・ポジショニング分析 | ～令和8年7月末 | |
| フェーズ② コンセプト策定 | 現状調査結果を踏まえたブランドコンセプト策定・協会との合意形成 | ～令和8年9月中旬 | |
| フェーズ③ ブランドツール制作 および 撮影&クリエイティブ | コンセプトに基づくブランドブック・デザインツール・ライティング・VI策定・コミュニケーションツール ブランドコンセプト・ビジュアルアイデンティティの方針に準 | ～ 令和9年1月末 | |

| | | | |
|---------|------------------|----------|----------|
| | 扱した高品質なコンテンツ素材制作 | | |
| 最終納品・報告 | 全成果物の納品、業務報告書提出 | ～令和9年3月末 | 冊子2部+データ |

※ 上記スケジュールは目安であり、詳細は契約締結後に協会と協議の上確定する。

※山陰の秋冬の晴天率の低さを鑑み、フェーズ③の撮影は②フェーズと並行して進行を可能な物とする。

7 成果物・納品物

受託者は、各業務の完了に際して以下の成果物を所定の方法・期限で納品すること。

| No. | 業務区分 | 成果物・納品物 | 納期（目安） | 備考 |
|-----|-------------------|--|----------|------------------|
| ① | 現状調査 | ワークショップ実施報告書、意見収集実施報告書、3C分析・ポジショニング分析レポート | 令和8年7月末 | |
| ② | コンセプト策定 | “観光地松江”ブランドコンセプト(案)、コンセプト策定プロセス資料 | 令和8年9月中旬 | 協会承認後に確定 |
| ③ | ③-1 ブランドツール | ロゴ・カラー等デザインツールデータ一式、コピー・タグライン等ライティング成果物、ビジュアルガイドライン（VI） | 令和8年10月末 | データ納品+印刷物（部数は協議） |
| | | メインビジュアル | 令和8年12月末 | |
| | ③-2 撮影&クリエイティブ | スチール写真データ（RAW・JPEG） | 令和8年12月末 | ブランドコンセプトに準拠 |
| | ③-1、-2の一部 | ブランドブック、コミュニケーションツール（名刺・バッジ等）のデザイン、プロモーション動画（本編・SNS用ショート版） | 令和9年1月末 | ブランドコンセプトに準拠 |
| 共通 | 業務報告書 | 業務報告書（写真等掲載・実施状況記載） | 令和9年3月末 | 冊子2部+データ |

8 業務の報告

受託者は以下のとおり報告を行うこと。

- 各フェーズ完了時に進捗報告書を協会に提出し、承認を得た上で次フェーズに移行すること。ただし業務進行上必要な場合は、協議の上各フェーズの同時進行を可能なものとする。
- 協会の求めに応じて随時、実施状況を報告すること。
- 業務終了後、業務報告書（写真等掲載・実施状況が把握できる内容）を冊子2部およびデータにて納品すること。

9 著作権等

本業務により生じた著作権（著作権法第27条および第28条の権利を含む）その他の権利は、松江観光協会（以下「当協会」）に帰属するものとする。

10 二次使用

本業務において制作されたコンテンツ（ブランドブック・デザインデータ・ライティング成果物・写真データ・動画データ等）は、以下の媒体において無償で二次使用および観光協会内サイトでの配布が可能とする。

- ・ 当協会もしくは当協会が指定する者が作成・運営するウェブサイト、紙媒体、SNSおよびデジタルサイネージ等
- ・ 松江観光協会が運営するウェブサイト内の写真素材ダウンロードページでの配布を通じた第三者による利用
- ・ その他、当協会が目的達成に効果的と認める媒体

11 その他

- ・ 受託者は当協会と密に連絡を取りながら業務を遂行すること。
- ・ 契約金額には委託業務の履行に必要な一切の経費（交通費・通信費等の諸経費を含む）を含むものとする。
- ・ 本仕様書に定める事項に疑義が生じた場合は、速やかに双方で協議して決定する。
- ・ 本業務の委託費は、契約後3ヶ月毎に分割することを基本とし、業務の履行確認をしたうえで、委託者が受託者からの適法な請求書の提出を受け、支払うこととする。なお、請求額に1円未満の端数がある場合については、最終請求月に支払うものとする。

以上