

本庄市移住プロモーション冊子制作業務委託業務仕様書

1 業務名

本庄市移住プロモーション冊子制作業務委託

2 目的

以下の①から④を目的として、本業務を実施する。

①本市が持つ立地条件や生活利便性の紹介

東京から80キロメートル圏内という立地条件や、JR 高崎線本庄駅、JR 八高線児玉駅、上越新幹線本庄早稲田駅、関越自動車道本庄児玉IC等の充実した交通インフラをはじめ、水と緑、そして肥沃な農地と市街地が近接する住環境など、本市ならではの利便性や快適性を効果的に発信する。

②ブランドメッセージの周知と本市の魅力発信

令和6年度に「本庄市」というブランドへの思いや将来のビジョンを端的に表現するために策定した、本庄市ブランドメッセージ「どこにでも行けるけど、ここにいたい。本庄」及びロゴマーク（以下「ブランドメッセージ等」という。）をコンセプトとし、市内外に広く周知し、認知させるとともに、地域に根差した歴史や文化、豊かな自然や景観、地元ならではの産品や名物、そして地域を象徴する観光スポットや史跡など、地域資源を幅広く取り上げ、市全体の魅力を多角的かつ効果的に発信する。

③移住定住促進

市街地と豊かな自然が共有する「地方都市特有のゆとりある暮らし」を提案するとともに、テレワークなどの多様化する就労形態に対応できる環境や大都市部への新幹線通勤が可能な立地条件等を活かし、移住を検討する人々のニーズに沿う情報を発信する。あわせて「住みたい・住み続けたい・関わりたい」と思う人を増やすことで、本市の移住・定住及び関係人口の拡大を図る。

④ライフスタイルの提案

本市の特色として、市域は大きく本庄駅周辺・本庄早稲田駅周辺・児玉駅周辺・児玉里山の4つのエリアがあり、それぞれに異なる魅力や暮らし方がある。地域の特色を加え、そこに暮らす人々の姿や暮らしの楽しみ方を紹介することで、多様なライフスタイルを提案し、自分に合った暮らしを選択できる地域としての本市の魅力を発信する。

3 業務内容

業務内容は、次の（１）から（３）とする。

なお、本仕様書に示す内容は、市が求める標準的な水準を示すものであり、このプロポーザルにおいて、より良い企画の提案等を妨げるものではない。

（１）ターゲット層のセグメント分析業務

業務着手後、市と協議の上、ターゲット層の詳細なセグメント（在住在勤地、性別、年代、ライフスタイル、興味・ニーズ等）分析を行うこと。

（２）移住ニーズ等を的確に把握するための本市に関するマーケティング分析業務

本市の魅力や課題、移住ニーズや関わりたいと思う価値観等を的確に把握するため、本市に関するマーケティング分析を行い、その結果を、冊子の構成やコンセプト、デザイン等に反映させる。

（３）本庄市移住プロモーション冊子制作業務

ターゲットに対して、本市への移住定住意欲を高めるとともに、本市に「関わりたい」と感じてもらえる機会を創出する冊子を制作する。

【仕様】

サイズ	A4 判以内	A4 判以内を基本とするが、手に取りやすく、持ち歩きやすい形状など、魅力的かつ印象に残る工夫を施した提案も可能とする。
納品部数	2000部	
ページ数	20ページ程度	
色数	両面フルカラー	
紙質	マットコート90kg	マットコート90kg相当を基準とするが、より適したものがあれば提案すること。
製本	中綴じ	
校正	3回以上	
納期	令和8年3月27日	
納品形式	印刷製本した冊子に加え、電子データをPDF及びJPEG形式で納品 ガイドブック内で使用する画像素材（マップ等）はJPEGなどの画像データでも納品	
納品場所	- 印刷物：本庄市役所企画財政部広報課 3階 - 電子データ：市が指定する方法で提出	
備考	- 記事は、事業者から提案を行うこと。 - ターゲットは、本庄市まち・ひと・しごと創生総合戦略に基づき、転出超過世代を中心とした20代・30代で、東京・千葉・神奈川・埼玉に住んでいる方を想定している。また、2目的②ブランドメッセージに込められた思いや本市の魅力を発信し、移住者や本市に関わりたい人に訴求する冊子とすること。 - 本庄市魅力発信サイト「このまちで、暮らす理由」の内容と矛盾せず、補完となるよう制作すること。https://www.city.honjo.lg.jp/sinomiryokupr/index.html	

※各エリアの特色を出すため、ペルソナにある本市の暮らし方や魅力が伝わる冊子とすること。

基本情報				
性別	女性	男性	女性	男性
年齢	22	28	31	34
住まい	都内のアパートに一人暮らし	都内近郊で実家暮らし	都内の賃貸マンションに家族で暮らす	都内近郊の社宅に家族で暮らす（地元は本庄市）
職業等	大学4年生	調理師	都内IT企業	会社員
最近の関心事	日本の伝統文化	料理・一人旅	子どもの健康	カメラ、SNS
行動パターン	・休日は都内から電車でカフェや神社・仏閣巡り ・就職活動中	・週末は温泉とキャンプ ・畑を借りてプロックリー栽培を始めた ・買い物は都内	・出産を機に在宅ワークを取り入れた ・月2回は都内会社へ出勤 ・趣味は雑貨のデザイン ・毎週末、いろんなマーケットに行くのが楽しみ	・週末子どもを連れて公園へ遊びに行く ・妻と一緒に、車でデパート等へ買い物 ・市内の撮影スポットやお店を巡り、SNSへ投稿
その他	・本庄の高校を卒業「七高祭」経験者 ・本庄の古い街並みが好き ・イベント等で本庄市に遊びに行く	・おいしい野菜を食べて、野菜嫌いが治った ・畑付きの家に住みたい ・週末は、いろんなところに出かけたい	・生産者の顔が見える食べ物を子どもに食べさせたい ・趣味を生かしてマーケットに出店してみたい ・デザインやITが得意	・子どもと一緒に地元の祭りへ参加したい ・地元に戻って、幼馴染と会ったり、まちの景色を見るとほっとする。

- ・契約後、冊子制作において、本市が所有する画像の提供は可能であるが、本業務以外での画像の使用は認めない。
- ・記事には、本市からのアクセス所要時間マップ等を作成し、掲載すること。
- ・本市が指定した人物等については、掲載を必須とすること。
- ・移住者、在住者へのインタビュー等を行う（8名程度）
※インタビュー者は市と協議の上で決定すること。
- ・市公式 SNS や動画などの電子媒体とも連携できるよう QR コードを掲載すること。
- ・本市ブランドメッセージロゴマークを冊子に掲載すること。契約後、発注者受注者で協議の上、掲載方法及び挿入箇所を決定すること。

4 業務スケジュール

（1）履行期間

契約締結から令和8年3月31日まで

（2）スケジュール（目安）

① ターゲット層のセグメント分析、本市に関するマーケティング分析業務

- ・履行期間開始後、早々に着手（1月上旬）

② 移住プロモーション冊子制作業務

- ・企画・立案 （１月上旬）
- ・素材収集、取材、撮影 （１月中旬～２月上旬）
- ・デザイン、記事作成及び校正 （２月中旬）
- ・納品 （３月） ※納品は３月２７日（予定）までとする。

※実際のスケジュールについては、契約後、発注者受注者で協議の上決定する。受注者は、業務着手時に業務全体のスケジュールを明記した業務計画書を提出すること。

5 成果物、提出書類及び完了検査

（１）打ち合わせ記録（都度）

- ・市と打ち合わせを行った際は、その内容を記録し提出すること。（提出はメール送付）

（２）成果物、業務完了届、実施結果報告書

- ・移住プロモーション冊子制作業務完成后、市の指定する方法により速やかに納品すること。
- ・全体業務完了の際、「委託業務完了通知書」及び「実施結果報告書」を作成（様式は市が別途指示）するものとし、提出は書面（郵送）及び電子データ（メール送付）によること。

（３）完了検査

- ・業務完了後、上記（２）において提出のあった実施結果報告書等に基づき完了検査を実施する。検査は、原則として、受注者立ち合いのもと対面で実施する。なお、完了検査は履行期間内に行う。

（４）委託料の支払

- ・受注者は（２）に定める委託業務完了通知書及び実施結果報告書を発注者に提出し、（３）の検査に合格したときは、発注者は委託業務完了検査結果を通知するものとする。受注者は、委託業務完了検査結果を受けたときは、遅滞なく発注者に成果物を引き渡し、その後、委託料の請求ができるものとする。
- ・委託料の支払は、発注者が適切な請求を受理した日から３０日以内に受注者へ支払うものとする。

6 留意事項

- （１）本業務に係るすべての経費は委託金額に含まれるものとする。
- （２）受注者は、本業務の全部を一括して第三者に委託し、又は請け負わせてはならない。また、業務の一部を第三者に委託する場合には、あらかじめ書面により発注者の承諾を受けること。
- （３）受注者は、本業務に関して知りえた秘密を他に漏らし、又は本業務以外の目的に使用してはならない。委託期間が終了し、又は委託契約が解除された後においても同様とする。
- （４）本業務の成果物に係る著作権等の知的財産権は、原則として発注者に帰属する。発注者は、制作物が著作権に該当するしないにかかわらず、当該制作物の内容を受注者の承諾なく自由に公表することができる。
- （５）受注者は、この契約による事務を処理するため発注者が保有する個人情報を取り扱う場合には、別

記「個人情報取扱特記事項」を守らねばならない。また、本委託業務を通じて取り扱う個人情報については、関係法令に基づき、適正に取り扱うものとする。