

「子育て PR 専用 SNS アカウント運用業務」委託仕様書

1. 件名

令和3年度下半期「子育て PR 専用 SNS アカウント運用業務」

2. 趣旨

神戸市子育て PR 専用 Twitter において、神戸での子育てに関する情報や魅力を積極的かつ効果的に発信し、関連話題について会話の活性化と情報の拡散を図るとともに、UGC (User Generated Content) を発生させることにより、行政からの情報提供だけではなく、UGC による神戸の子育てに関する魅力や取り組み等の浸透を図ることを目的とする。

【アカウント（現行）】

神戸市子育て PR 専用 Twitter アカウント「こそだてこうべ」

アカウント名：@kosodate_kobe

【主なターゲット層（UGC を期待するユーザー像）】

- ・世代：子育て世代（妊娠～未就学児）・プレ子育て世代（大学生・新社会人・新婚等）
- ・エリア：神戸市内及び近隣都市（主に阪神6市など兵庫県南部の各市・大阪市）

【アカウント運用のねらい】

子育て環境としての神戸の魅力を幅広く発信するとともに、神戸市内や近隣市の子育て世代・プレ子育て世代の方々と Twitter 上でコミュニケーションを行うことを目的に設置したアカウントである。

投稿やコミュニケーションを通して、ターゲット層を中心としたユーザーが SNS 上において自発的に情報発信・コミュニケーションをしたくなるよう取り組むなど、UGC を創出することを主眼としたアカウント運営を目指す。

（投稿内容の例）

神戸で子育てすることの魅力／ターゲット層が興味を持っている話題／共感してもらえる内容／ターゲット層が真似・参考としたくなるような内容／市の子育て施策の魅力や最新情報／子供と一緒に楽しめる市内施設・イベント（民間施設含む）の魅力／神戸で子育てに関する会話が盛んであると感じさせる内容 など

3. 契約期間

令和3年10月1日から令和4年3月31日まで

4. 履行場所・成果物納品場所

神戸市市長室広報戦略部が指定する場所

5. 委託契約金額

5,000,000 円（消費税及び地方消費税を含む）

6. 業務内容

UGC の創出を目指して、以下のとおりアカウントを運用すること。

(1) UGC 創出を目指したアカウント運用

- ・投稿内容は、神戸での子育ての魅力为主题として、投稿を見たユーザーが SNS で反応し、自発的に情報発信・コミュニケーションをしたくなるような内容で企画・作成すること。
- ・UGC の創出に向けて必要な場合には、現在のアカウントのペルソナ設定や投稿方法等を踏襲することなく、新たにアカウントの個性や世界観を設定するなど、特色ある運用を企画し、実施することができる。また、この場合、アカウントを再設定することができる（なお、現行アカウントを引き継ぐことも妨げない）。
- ・投稿数については、1日あたり最低3本を目安として、趣旨及び目標を踏まえた投稿頻度を企画し、実施すること。
- ・上記に加え、市から提供する市政情報に基づく投稿について、1月あたり10本を目安として投稿すること。
- ・トーン・マナーやその他ルールを設けたうえで作成・投稿することとし、必要に応じて市と協議すること。
- ・投稿は遅くとも令和3年10月8日（金）を目途に開始すること。

(2) ユーザーとのコミュニケーション

- ・ターゲット層を中心に、神戸での子育てについて関心がある又はその可能性があるユーザー（フォロワー・フォロワー以外とも）とコミュニケーション（リプライ・リツイートや・いいね）を行うこと。
- ・「リプライ・リツイート」については、1日あたり1人以上を目安として、趣旨及び目標を踏まえたターゲット・投稿頻度を企画し、実施すること。
- ・「いいね」は上記件数には含まず、ルールを設けたうえで、適宜行うこと。
- ・市が別事業として展開中の「神戸ママフレ部員」とのコミュニケーションは、上記「リプライ・リツイート」「いいね」件数には含まないこと。

(3) UGC 創出に向けた積極的な取り組み

- ・上記「(1) データ分析に基づくアカウントの管理運営」を基本運営としたうえで、より積極的な UGC 創出や拡散に貢献する新規フォロワーの獲得等を目的とした取り組みを実施すること。

(4) 情報収集等

- ・原則として毎日、Web や Twitter 等における関連話題の動向やターゲット層のニーズ・インサイト、コミュニケーションに資するユーザーの投稿状況等について情報収集し、効果的な投稿やユーザーコミュニケーションを行うこと。また、収集した動向や情報を、市に共有すること。

(5) 定例会議の開催等

- ・投稿分析や事業全体の展開、進捗、課題等や中期的な投稿計画について、月に1度打ち合わせを実施すること。Web会議も可とし、その場合には打ち合わせ用URLを設定し、事前に市に共有すること。資料も前日までに提出すること。その他、日々の投稿の協議など必要に応じて本市の各部署や関係者等と綿密に連携すること。

(6) 効果の検証

- ・アカウント及び投稿の拡散など、ターゲット層へのアプローチの状況を取り組みの効果として検証し、その結果を下記「7.目標」とともに12月・3月に報告すること。

7. 目標

(1) 目標 KPI の設定

- ・投稿やコミュニケーションの波及効果について、具体的な目標指標と数値(目標 KPI)を設定すること。
- ・上記目標 KPI について毎月の達成率の推移を計画して事業実施することし、委託期間内に達成できるよう努めること。

(2) その他の指標

- ・上記(1)のほか、以下の指標について目安とするべき数値を設定し、毎月の達成率の推移を計画して事業実施すること
 - ①インプレッション数(1か月間の1投稿あたりの平均)
 - ②リツイート数(1か月間の1投稿あたりの平均)
 - ③エンゲージメント率(1か月間の1投稿あたりの平均)
 - ④フォロワー数(令和3年9月30日時点からの増加数)
 - ⑤ハッシュタグ投稿数(1か月あたりの総数)

8. 実施体制

- ・本仕様書に記載した業務及び提案のあった内容について、円滑かつ確実に遂行することが可能な体制を整備すること。
- ・業務全体を統率する統括責任者及び進行管理者を置くとともに、投稿作成・ライティングの体制について明確にしておくこと。

9. 留意点

(1) アカウント運用に当たっての留意点

- ・アカウント使用にあたっては、当該アカウントが市メールアドレスと紐づけられていることに留意すること。
- ・また、業務終了後は、市にアカウントを引き継ぐこと。
- ・管理するアカウントのログを適切に管理し、市に求められた場合は、報告を行うこと。

(2) 投稿作成に当たっての注意点

以下の事項を含む内容を作成・投稿（リプライ・リツイート・いいね等を含む）することは認めない。

- ・公序良俗に反する恐れのあるもの
- ・違法行為又は違法行為を煽る内容に関するもの
- ・人種、思想、信条等の差別又は差別を助長させるもの
- ・誹謗中傷を含むもの
- ・単なる噂又は噂を助長させるもの
- ・わいせつな内容又はその内容を含むホームページのリンク
- ・業務上知りえた秘密や個人情報に関するもの
- ・政治性のあるものや選挙に関係するもの
- ・宗教性のあるものや迷信、非科学的なものに関するもの
- ・社会問題又は係争中の案件についての主義主張にかかるもの
- ・社会的、市民生活的な観点から適切でないもの
- ・消費者保護の観点から適切でないもの
- ・本市又は他者の権利を侵害する恐れのあるもの
- ・本市のイメージを低下させる恐れのあるもの
- ・内容が著しく拙劣なもの
- ・いわゆるステルスマーケティングに当たるもの
- ・その他社会通念に照らして本市が不相当と認めるもの

(3) 再委託について

原則として、本業務の全部または一部を第三者に再委託してはならない。ただし、事前に書面にて報告し、市の承諾を得たときは、この限りではない。

(4) 著作権の帰属

この契約により作成される成果物の著作権は以下に定めるところによる。

- ①成果物の著作権（著作権法第 27 条及び第 28 条に規定する権利を含む。）は発注者である市に無償で譲渡するものとする。ただし、受託者が契約締結前から保有していた著作権については、この限りではない。
- ②受託者は、市の事前の回答を得なければ、著作権法第 18 条及び第 19 条を行使することができないものとする。

(5) 秘密の遵守

受託者は、本業務により知り得た情報等を本業務においてのみ使用することとし、これらを他の目的に使用し、又は他のものに漏洩してはならない。

(6) 第三者の権利侵害

受託者は、納品する成果物について、第三者の商標権、肖像権、著作権、その他の諸権利を侵害するものではないことを保証することとし、成果物について第三者の権利を侵害していた場合に生じる問題の一切の責任は、受託者が負うものとする。

(7) その他

本仕様書に記載した業務及び企画提案のあった内容について、円滑かつ確実に遂行すること。本仕様書に定めのない事項または本仕様書について疑義の生じた事項については神戸市と受託者とが協議して定めるものとする。