

## 「神戸市政情報メディア発信強化業務」仕様書

### 1 件名

神戸市政情報メディア発信強化業務

### 2 事業目的

テレビ・新聞、インターネット等のメディアを通じて、神戸市政の先進的な取り組みを広く発信するため、メディアの記者・担当者等との信頼関係を築き、番組での紹介や記事として取り上げてもらうための活動（以下、「メディアリレーション」という）を戦略的に実施し、全国的な露出獲得を狙う。

### 3 委託期間

契約締結日から 2027 年 3 月 31 日まで

### 4 委託金額

上限額 16,000,000 円（消費税及び地方消費税を含む）

（留意事項）

すべての業務完了後、本市の検査を経て、受託者の請求に基づき支払う。

### 5 委託内容

本市と協議のうえ、専門的知見やネットワークを駆使して、全国のテレビ・新聞、インターネット等のメディアにおける露出獲得のため、戦略を立てたうえで下記のメディアリレーション等の業務を行う。

本市が定める重点 PR 項目については、メディアに電話・訪問などによる番組化・記事化に向けた直接的な働きかけを、重点的に実施すること。

本市の推進する事業について、メディアにニーズがある発信方法や切り口など戦略的な手法をアドバイスすること。

（参考）2026 年度の重点 PR 項目候補

SDGs 貢献都市神戸（こうべ再生リンなど）、住宅政策（空き家・空き地、多様なライフスタイルの実現など）、新しい時代の国際都市としての魅力向上、バランスのとれたまちづくり（都心、郊外・既成市街地、森林・里山の 3 つの再生）など

※ 例年 2 月上旬に翌年度当初予算案を発表しており、その内容を踏まえて変更の可能性がある。

※ 本事業においては観光に関するプロモーションを対象としていない。（重点 PR 項目の関連事項として取り扱う場合は除く。）

※ 重点項目は、年度途中で決定・変更する場合もある。

## (1) 定例会議の開催

重点 PR 項目の選択をはじめ、広報活動全体の展開、進捗、課題等について議論するため、1ヶ月間に1回以上定例会議を開催すること（web 会議可）。

なお、本仕様書に記載の実施内容については定例会議内において、企画を提出し、実施の可否を含め協議の上、進めること。その際に本仕様書に記載している他に広報効果が期待できる効果的な手法がある場合は、他の手法を含めて提案・協議すること。

### （留意事項）

- ・ 会議開催日3日前には、当日のレジュメ案を提出し、事前に報告内容を共有しておくこと。
- ・ 会議の内容は重点 PR 項目等の露出獲得に向けた方針や戦略を主たる内容として設定すること。また、神戸市広報戦略部から情報提供する事業の進捗に応じて、提案及び助言を行うこと。
- ・ 会議後、1週間以内に議事録を作成し、提出すること。
- ・ 本業務内容の趣旨及び、委託料の範囲内において、当該定例会議の内容を踏まえて、メディアリレーション、タイアップ広告の実施内容（開催地や時期、誘致対象者等）の変更を行う場合がある。変更については、協議の上決定するものとする。
- ・ 業務が円滑に遂行できるよう、神戸市と協議のうえ、必要に応じて定例会議とは別に WEB 会議などによる情報共有を実施すること。

## (2) プレスリリース、ニュースレター作成への助言・配信、取材誘致・対応

- ① 本市が実施する事業・行事等について、本市が作成したプレスリリースやニュースレターがメディアに取り上げられるよう積極的な加筆修正・助言を行うこと。社会情勢や季節性なども考慮しながら、対象メディアへ訴求できる項目を提案し、ニュースレター案を新たに作成すること。
- ② プレスリリースの配信先リストを事前に作成し、本市と協議のうえ、配信すること。
- ③ 掲載項目の選定の参考のため、重要施策や定例会で上がった項目、またその他発信が効果的と考えられる項目について、記事等を掲載している媒体・記者名・（分かれば）公開 URL などの一覧を作成し共有すること。
- ④ 配信後はより多くのメディアに取り上げられるようリレーション活動を行うこと。

### （留意事項）

- ・ 年間 40 件程度を予定。
- ・ プレスリリースは、配信先リストへの配信と併せて PR TIMES への掲載を行うこと。なお、PR TIMES は既存の市のアカウントから配信することし、契約時より速やかに運営できるように対応すること。
- ・ リレーション活動の結果、メディアからの取材要請があった場合には、取材日時・場所の調整を含む一切の事務局業務を担うこと。

### (3) メディアリレーション（リサーチ・コンタクト）

- ① 重点 PR 項目及び本市が実施する、または実施予定の事業について、より多くのメディア露出が獲得できるよう、事前にメディアにヒアリングを実施し、本市に対して助言を行うこと。
- ② 本市がメディア露出を狙う施策や事業に関心事としている記者の一覧を作成し、本市に紹介すること。また、この一覧を元に、本市職員がメディアを訪問する等し、本市の先進的な取り組み等についてリレーション活動を行う場を調整し、同席すること。
- ③ 施策 PR のため、神戸市に所縁のある在京メディア関係者が一堂に会し、本市職員と交流できる機会を設けること。
- ④ 接触中のメディアの情報（媒体名・役職・取材獲得の確度・関心のある分野を必須としてその他必要事項）を毎月の（１）定例会議において、報告すること。

#### (留意事項)

- ・ 本市職員とメディア関係者が交流できる機会を、年間を通じて他の業務と連動させながら計画的に設けること。
- ・ メディアへの訪問は、年 6 日程度を想定している。
- ・ リレーション活動については、相手方の状況によっては web 等の活用も検討することも活用して調整すること。
- ・ 在京メディア等との交流機会は、東京および神戸で各 1 回以上設けること。開催にあたっては、市が指定するメディアの一覧に加え、受託者の人的ネットワークを活かしたメディアへ案内すること。なお、本業務内容の趣旨及び、委託料の範囲内において、開催地や誘致対象者等、実施内容の変更を行う場合がある。変更については、（１）定例会議において協議の上決定するものとする。
- ・ メディアからの取材要請があった場合には、取材日時・場所の調整を含む一切の事務局業務を担うこと。

### (4) 効果測定・報告

- ① 本業務により掲出されたテレビ・新聞や雑誌等の実績をクリッピングし、広告換算額を含む一覧表として報告すること。
- ② 活動実績について案件ごとに、コンタクトしたメディアの担当者に関する情報、その反応・進捗、及び次の展開についての提案をレポートにまとめ報告すること。

#### (留意事項)

- ・ 翌月 10 日までに提出すること。
- ・ 活動実績については、25 日までに中間報告（15 日までの活動実績）を提出すること。

### (5) タイアップ広告の実施

首都圏で活躍する経営者層を念頭に、重点 PR 項目候補のタイアップ広告を企画提案すること

#### (留意事項)

- ・ 本項目は提案を必須としない任意項目とする。
- ・ 実施にあたっては、事前に本市と協議の上、方針を決定すること。
- ・ タイアップの提案はメディアの活用、著名人の起用など様々な可能性を視野に入れ、経済的・効果的な提案をすること

## 6 実施体制

本仕様書に記載した業務を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。また、業務全体を統率する統括責任者及び進行管理者をおくこと。

## 7 その他の留意点

### (1) 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、本市の承諾を得たときは、この限りではない。

### (2) 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。）は発注者である神戸市に無償で譲渡するものとする。
- ② 受託者は、神戸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。

### (3) 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。本業務の契約が終了し、又は解除された後においても同様とする。

### (4) 記載外事項

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。

### (5) 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。