

マグマシティブランディングプロモーション業務委託仕様書（案）

1 委託業務名

マグマシティブランディングプロモーション業務

2 業務目的

本市は、ブランドメッセージ「あなたとわくわく マグマシティ」を合言葉に、シンボルマーク「マグマシティ」やキャラクター「マグニオン」を市民・事業者等と共に活用しながら、まちの魅力や都市イメージを高め、鹿児島ファン拡大を図るシティプロモーションに取り組んでいる。

本業務は、本市の魅力を活用した効果的なプロモーションを首都圏及び鹿児島市内で実施し、話題性を生むことで、「マグマシティ鹿児島市」の都市イメージ向上を図るとともに、「住みたい」「住み続けたい」「訪れたい」「関わりたい」など、本市を想い積極的に関わろうとする鹿児島ファン拡大を図ろうとするものである。

3 実施方針・ターゲット

(1) 実施方針

方針1 話題性とわくわく感を生む体験機会の提供

効果的なメディア露出を意識した企画開発を行い、話題性を喚起するとともに、ブランドメッセージに込めた「わくわく感」を創出するプロモーションを実施する。

本市の魅力を新たな切り口で伝えるプロモーションとなるよう、本市ならではの魅力や資源を多面的に掛け合わせた新規性のある体験機会を提供し、都市ブランディングを推進する。

方針2 地元事業者との連携によるプロモーション

首都圏プロモーションと連動して、地元事業者とのプロモーションを一体的に実施することにより、市民が抱く地域への誇り・愛着（シビックプライド）を高めるとともに、ブランドメッセージの共有と官民一体となったシティプロモーションの機運醸成を図る。

※地元事業者…鹿児島市を中心に鹿児島への興味・関心の喚起につながる商品等を取り扱う県内事業者

方針3 戦略的な情報拡散の促進

体験型イベントの参加者のほか、メディアやインフルエンサーが自ら取材・発信したくなるような仕掛けを作るなど、戦略的に情報拡散を促進する。

また、SNS、テレビ等のメディア媒体の活用とその組み合わせにより、効果的な情報拡散を図る。不特定多数に向けた広告ではなく、例えば、集客力のある場所やイベント、影響力のあるメディアやインフルエンサーの活用など、興味・関心を喚起する手法を用いること。

方針4 シンボルマーク・キャラクターの特性を生かしたプロモーション

シンボルマーク・キャラクターについて、それぞれの特性を生かしながら効果的に活用し、「マグマシティ鹿児島市」の都市イメージ向上を図る。

(2) メインターゲット

全国の10～30代

若い段階での鹿児島ファン化により本市に対する長期的な消費活動が期待できるこ

とや、デジタルネイティブである若年層に訴求することでSNS等を通じた発信による情報拡散が促進されること、本市認知度が若年層では相対的に低いことから、若年層をターゲットとしている。

4 実施項目

(1) 首都圏プロモーション業務

- ・首都圏において、「マグマシティ鹿児島市」の都市イメージ向上を図る体験型イベントを実施すること。
- ・実施に当たっては、本市の魅力を新たな切り口で伝えるプロモーションとなるよう、本市ならではの魅力や資源を多面的に掛け合わせ、新規性のある体験価値を提供すること。
- ・イベント参加者が思わず発信したくなる体験をフックに、メディアの取材誘致や露出につなげるなど、効果的に話題が拡散される工夫を行うこと。
- ・地域経済の活性化につなげるため、本市への誘客や本市公式ECサイト（カゴシマシティコレクション）を通じた特産品の消費拡大、ふるさと納税の寄付額増など、ターゲットの行動変容につながる工夫を行うこと。
- ・実費相当額の範囲内において、イベント参加者から参加料を徴取可とする。

【参考事例】 マグマシティ × 路面電車 × 焼き芋 「マグマやきいも電車」

シンボルマーク「マグマシティ」、マグマシティPRキャラクター「マグニオン」の認知度を高めながら、コロナ禍のまちにわくわく感を創出することを目的に開催したマグマやきいも電車。

シンボルマーク「マグマシティ」の形の色を統一イメージとして市電を装飾し、マグマシティ×路面電車×焼き芋といった本市独自の素材の掛け合わせで新たな価値とおもしろさを演出した。



これまでにしたことのない体験、ここでしかできない体験が参加者に驚きと感動を与え、ブランドメッセージに込めた“わくわく感”を生み出し、参加者満足度100%を達成した。

(2) 地元事業者とのプロモーション業務

- ・(1)の業務に合わせ、鹿児島市内において地元事業者と連携した体験型イベントを2企画実施すること。
- ・実施に当たっては、(1)の業務で接触した首都圏居住者等の本市への誘客や、(1)の業務において首都圏で実施する体験型イベントを地域版としてローカライズするなど、連動性を持たせて、相乗効果が生まれるような企画とすること。
- ・実費相当額の範囲内において、イベント参加者から参加料を徴取可とする。
- ・本取組で実施する体験型イベント(2企画)は、令和9年度以降は、地元事業者が主体となって、自らの負担で企画・運営(参加者の募集、広報媒体・物品の制作等を含む。)することを前提とし、本市は令和9年度以降の企画・運営に当たって金銭は負担しない。
- ・受注者は、令和9年度以降の地元事業者による自走を前提に、企画を立案し、地元事業者に対し、企画・運営に係るノウハウの伝承等を行うこと。

- ・本取組において制作した物品等（ロゴ等のデザインを含む）は、実施結果等を踏まえ、本市が認めた場合に限り、令和9年度以降の継続使用を可とする。
 - ・令和9年度以降、地元事業者が自らの負担で企画・運営をしなかったことについて、受注者はその責めを負わない。
- (3) キャッチコピーの設定、キービジュアル・ロゴの制作
- ・(1) 及び(2) の取組を強く印象付けるとともに、一連の取組に一体感を持たせるため、シンボルマーク「マグマシティ」と関連付けたキャッチコピーを設定すること。
 - ・キャッチコピーに合わせたキービジュアルやロゴを制作すること。
- (4) WEBサイトの制作、SNSプロモーション
- ・(1) 及び(2) の取組において実施するイベント専用WEBサイトの制作及び運営管理を行うこと。
 - ・発注者が運用するマグニオンアカウント（Instagram、X）を活用し、情報発信やキャンペーン等を行い、SNSを活用した情報拡散を行うこと。
 - ・マグニオンアカウントの活用に加え、必要に応じてイベントアカウントを作成することも可とする。ただし、アカウントの利用や維持に係る費用が発生する場合、本業務に係る委託費内で対応すること。
 - ・マグニオンアカウントを活用した投稿については、これまでのアカウントの世界観を保ちながら、親しみやすさを活かした共感性を育む内容とし、内容や投稿のニュアンスについては適宜、市と協議の上、既存のキャラクター性を保持した内容とすること。
 - ・情報拡散のため、SNSを活用したキャンペーンを実施する際は、単にプレゼント目当てのフォロワーを増やすことにならないよう、企画の設計やプレゼントのデザインなどを工夫し、鹿児島ファンの獲得を目指した内容とすること。また、必要に応じて適宜、SNS広告等を活用し、情報拡散効果を最大化するよう工夫すること。
 - ・SNSの運用に当たっては、指定のハッシュタグやキーワードの投稿数など、情報拡散効果を測定できる体制を確保すること。
- (5) メディアプロモーション
- ・本業務の情報を効果的に発信し、全国における「マグマシティ鹿児島市」の都市イメージ向上を図るため、本業務の特性に応じたメディア（TV、新聞、雑誌、WEB等）を選定し、メディアへの情報提供や個別での取材の働きかけ等、メディアアプローチを行うこと。
 - ・主なアプローチ先は、首都圏に主たる拠点を持つ、テレビ局、番組制作会社、出版社、新聞社、通信社、WEBサイト運営者等のメディアとする。
 - ・メディアの露出獲得につなげるため、メディアが求めるニーズに合致するよう情報を整理し、プレスリリース・ニュースレター等の効果的な方法で情報発信を行うこと。
 - ・メディアから、取材候補先のリストアップや写真提供、各施設への撮影許可取り等の要望があった場合は、丁寧にヒアリングし、発注者と相談・協力のうえ、迅速に対応すること。なお、取材を受けるうえで必要な経費が発生した場合は、本業務に係る委託費の中で対応するものとし、市に負担を求めないこと。
 - ・掲載・放送内容を収集し、掲載記事及び放送内容のデータ化するほか、露出数、媒体名、推定リーチ等を報告すること。
- (6) 関係部局等との連携

- ・発注者の求めに応じて、本市の関係部局（観光、シティプロモーション、公式EC、ふるさと納税を担当する部署）が行うプロモーションと連携すること。なお、各部局が行うプロモーションの内容は令和8年4月以降に決定する。
- ・既存の「マグマシティパートナーズ」コミュニティの活用を検討すること。
※マグマシティパートナーズ…共に本市のPRや情報発信に取り組む市の認定事業者。現在15者。

5 委託期間

契約締結の日から令和9年3月31日

6 成果指標

- ・以下3つを必須で設定する成果指標とする。
 - ① 首都圏に主たる拠点を持つメディアに掲載された記事の数
 - ② イベント専用WEBサイトのページビュー数
 - ③ マグニオン公式SNS（Instagram、X）のフォロワーの総数
※Instagram (@magnion_official) : 2,982 (令和8年2月10日現在)
※X (@magnionofficial) : 10,256 (令和8年2月10日現在)
- ・上記以外の指標については自由に提案してよい。成果指標については、それぞれ目標数値を設定すること。

7 業務体制

- (1) 受注者は、本業務の遂行を統括する統括責任者を定めること。
- (2) 本業務を遂行するために、十分な人員体制を確保すること。
- (3) 業務実施に当たっては、発注者と密に協議し、適宜進捗を報告すること。
- (4) 統括責任者は、常に業務全体を把握するとともに、業務従事者を指揮・監督し、業務の円滑な進捗に努めること。
- (5) 統括責任者及び業務従事者は、本業務の遂行に必要な知識と経験を豊富に有する者とする。
- (6) 受注者は、統括責任者を変更せざるを得ない特別な事情が生じた場合には、速やかに発注者に届出を行い、変更について事前に発注者の承認を受けなければならない。
- (7) 統括責任者を変更する場合、本業務の遂行に支障をきたすことが無いよう、事前及び業務中の教育を万全に行うこと。

8 業務の進行・管理・報告

- (1) 受注者は、正確かつ効率的に業務を行うため、本業務の着手に先立ち、発注者と協議の上、次の書類を提出する。
 - ・実施及び工程計画書 1部
 - ・本業務の担当者名簿 1部
- (2) 本業務の実施に当たっては、逐次、発注者と協議を行い、業務を進めること。
また、受注者は、発注者や関係機関等と協議を行った場合、速やかに協議録を作成し、発注者に提出する。
- (3) 協議資料等の作成した資料については、原則、電子データで提出する。
- (4) 受注者（本業務に従事した全ての者を含む。）は、本業務を通じて知り得た秘密情報を、第三者へ漏えいしてはならない。なお、本業務委託契約が終了した後について

ても同様とする。

- (5) 委託業務完了後は、速やかに委託業務実績報告書を提出すること。報告等においては、設定した成果指標の実績のほか、各業務の取組内容を可能な限り数値化すること。

9 権利関係

- (1) 受注者は発注者に対し、当該事業の実施に係る成果物（以下、「本著作物」という。）に関連する著作権（著作権法第 27 条及び第 28 条に規定する権利を含む。）を譲渡するものとする。
- (2) 受注者は、成果物に関する著作者人格権を、発注者又は発注者が指定する第三者に対して行使しないものとする。
- (3) 受注者は、発注者の許可なく他に複製、公表、貸与、使用してはならない。
- (4) 発注者は、成果物の全てについて、業務に必要な範囲で改変し、または二次利用する権利を有するものとする。
- (5) 受注者は発注者に対し、受注者が本著作物を創作したこと、及び、第三者の著作権、著作者人格権及びその他特許権、商標権を含むいかなる知的財産権を侵害するものではないことを保証する。
- (6) 本著作物の利用について、第三者から権利侵害の訴えその他紛争が生じたときは、受注者は、自己の費用及び責任においてこれを解決するものとし、かつ、発注者に何らかの損害を与えたときは、その損害を賠償するものとする。
- (7) 写真等を使用する場合において、被写体が人物のとき、肖像権の侵害が生じないようにすること。
- (8) シンボルマーク「マグマシティ」及びキャラクター「マグニオン」の著作権は市に帰属している。
- (9) シンボルマーク及びキャラクターの使用に当たっては、別途定める使用ルールブックを参照すること。なお、キャラクターについては、イラスト利用のほか、ポーズの一部変更、立体化など、柔軟に活用できるものとする。

10 その他

- (1) 本業務は、この仕様書のほか、受注者の企画提案書及び本市との協議に基づき実施すること。なお、内容・実施手法等について、修正や変更を行う場合がある。
- (2) 受注者は、業務の実施にあたり発注者及び関係機関と適宜協議等を行うこと。
- (3) 業務の実施にあたり法令を遵守し、必要な各種許認可等については、受注者で対応すること。
- (4) 本業務の実施に起因する会場内構造物の破損や汚れ等については受注者が原状復帰を行うこと。
- (5) イベントに関連して怪我や事故及び施設や備品の損傷等が発生した場合に備え、イベント保険の加入など、事業全体に係る補償対策を講ずること。なお、保険加入に要する経費は見積金額に含むこと。
- (6) この仕様書に定めのない事項又はこの仕様書に定める事項に疑義が生じた場合は、発注者と受注者の協議により決定する。

11 参考

- (1) 第 2 期鹿児島市シティプロモーション戦略ビジョン
<https://www.city.kagoshima.lg.jp/kouhousenryaku/citypromo/strategy-vision.html>

(2) マグマシティ・マグニオン使用取扱要領・ルールブック等

<https://www.city.kagoshima.lg.jp/kouhousenryaku/citypromo/logo/symbol.html>

(3) これまでのブランディングプロモーションの取組（マグマやきいも電車）

<https://magmayakiimotram.com/>