

## マグマシティセレクション（仮称）企画運営等業務委託 仕様書（案）

### 1 委託業務名

マグマシティセレクション（仮称）企画運営等業務

### 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。

本業務では、市内外の鹿児島ファンから、おすすめの「モノ・コト・バショ」を募集し、投票によって選ばれた地域コンテンツに、本市特有のストーリーを添えて、その魅力を広く発信する取組（以下「マグマシティセレクション（仮称）」という。）などを通じて、「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 基本的な事項

マグマシティセレクション（仮称）（4（1）に関連する業務）の基本的な事項については、以下のとおりとする。また、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、「第2期鹿児島市シティプロモーション戦略ビジョン」に定めている通り、ターゲットは市内外の20～30代とする。

なお、地元学生や地元メディア、首都圏に居住する本県出身者（若年層）コミュニティ等との連携など、より多くの市民等を巻き込んだ企画となるように工夫・設計すること。

#### （1）募集の対象

- ① モノ：飲食メニュー、加工品、工芸品、農林水産物、雑貨 など
- ② コト：イベント、体験メニュー、風習 など
- ③ バショ：自然景観、街並み など

#### （2）主な流れ

- ① コンテンツ募集（公式WEBサイト等で募集を告知）
- ② 事前審査（応募されたコンテンツから投票対象の絞り込み）
- ③ 投票（公式WEBサイトから投票）
- ④ 発信（投票で選定されたコンテンツを公式WEBサイト等で発信）

(3) 選定の件数

応募されたコンテンツを事前審査で30件程度に絞り込み、市民等による投票結果を踏まえ、うち10件をマグマシティブランドとして選定する。

(4) 主なスケジュール (予定)

令和8年10月 コンテンツ募集

11月 事前審査

12月 投票

令和9年 1月 選定

2月 発信

※上記は予定であるため、前後する可能性があることに留意すること。

#### 4 実施項目

(1) マグマシティセレクション (仮称) 企画運営業務

① 事務局の運営

(ア) コンテンツ募集

- ・市内・市外を問わず誰でも応募可能とし、また、自薦・他薦どちらも可能とすること。
- ・より多くの市民等に気軽に参加してもらえるよう、応募方法はSNSとする。
- ・既知のコンテンツ (例: 桜島、かるかん、おはら祭) が応募の中心とならないよう、また、幅広いコンテンツが応募されるよう、発信の仕方 (キャッチコピーの設定等) を工夫すること。

(イ) 事前審査

- ・応募されたコンテンツについて、一定数 (30件程度) に絞り込むこととし、発注者と協議のうえ、外部の審査員を加え、審査の透明性を確保すること。ただし、審査員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。
- ・絞り込みを行う際は、必要に応じて、コンテンツの関係者 (店舗等) に対して、投票対象とすることについての承諾を得るなど、調整を行うこと。

(ウ) 投票

- ・公式WEBサイト内の特設ページで、コンテンツへ投票し、任意で推しポイントや応援メッセージ等をコメントできる仕組みとすること。なお、投票者の居住地 (市内、市外県内、県外) を把握できる仕組みとすることが望ましい。
- ・認知度ではなく、魅力度に基づいた投票がなされるよう、工夫すること。

(エ) 発信

- ・市民等による投票結果を踏まえ、10件をマグマシティブランドとして選定すること。
- ・選定したコンテンツについては、個別に取材・撮影を行い、本市ならではのストーリーを添えた記事を作成し、公式WEBサイト内の特設ページや公式SNSで広く発信すること。なお、SNSでの発信時は、選定したコンテンツを個別に紹介すること。
- ・公式SNSでの発信に当たっては英語（SNS内の自動翻訳機能の活用可）も併記すること。

(オ) その他

- ・3（1）に示すコンテンツとは別に、「西郷隆盛生誕200年没後150年」に関連するコンテンツを募集・発信するサブ企画を実施すること。
- ・サブ企画は、単に、西郷隆盛に関連する史跡等を募集・選定するものではなく、西郷隆盛をフックに、若年層が楽しむことができるユニークな企画とすること。なお、「事前審査」や「投票」を実施しないことも可とするほか、インフルエンサーの活用やSNSプロモーションなど、④や⑤の業務と一体的に実施することも可とする。

② 公式WEBサイトにおける特設ページの制作

「コンテンツ募集」や「投票」、「発信」のための特設ページを制作すること。なお、公式WEBサイトの詳細については、4（2）を参照すること。

③ 企画タイトル及びキャッチコピーの設定、キービジュアル及びロゴの制作

- ・企画の魅力や見た人の興味を引き出す企画タイトル及びキャッチコピーを設定すること。企画タイトルについては、現時点では、「マグマシティセレクション（仮称）」としているため、異なるタイトルを設定すること。
- ・企画タイトル及びキャッチコピーに合わせて、キービジュアル及びロゴを制作すること。

④ インフルエンサーの活用

- ・インフルエンサーを活用し、単なる「コンテンツ募集」や「投票」の告知ではなく、「コンテンツ募集」・「投票」・「発信」の一連の流れをエンタメ化することで、話題性を生み出し、より多くの市民等を巻き込んだ企画となるよう工夫すること。
- ・エンタメ化するための企画は、公式WEBサイト内の特設ページや公式SNSで発信することとし、インフルエンサーが運用するSNSと連携しながら、効果的な情報拡散を図ること。
- ・インフルエンサーは10人程度とし、一人当たりのフォロワー数は1万人以上とする。このほか、若年層に影響力のある著名人を1人選定すること。但し、フォロワー数だけでなく、エンゲージメント率やコンテンツの分野との親和性を考慮し、発注者と協議のうえ、選定すること。

⑤ 公式SNSの開設・運用、SNSプロモーション

- ・公式SNSを開設すること。SNSの媒体は、本業務の実施に最適な媒体を選定することとし、複数の媒体を活用することも可とする。
- ・運用にあたっては、公式SNSの投稿に対する外部からのコメントへの返信など、エンゲージメントを高め、拡散性の高いアカウントを目指すこと。
- ・指定のハッシュタグやキーワードの投稿数、キーワードの投稿に対するエンゲージメント数など、情報拡散効果を測定できる分析体制を確保すること。
- ・発注者が運用するマグニオン公式SNS（Instagram、X）とも相互に連携した発信を行い、相互のフォロワー数の増加や投稿の拡散力を高めること。
- ・「コンテンツ募集」・「投票」・「発信」の各段階で、SNS広告を実施すること。広告出稿にあたっては、画像等を作成することとし、配信先（セグメント）の設定は、発注者と協議のうえ、決定すること。
- ・情報拡散や市民等の参加促進を図るため、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すること。

#### ⑥ 広報ツール等の制作

- ・ポスター及びリーフレットなど、企画の周知に係る広報物を制作し、市内の観光案内所や店舗等約200か所へ配送すること。なお、具体的な配送先は発注者と協議のうえ、決定すること。
- ・マグマシティブランドとして選定した10件については、当該コンテンツの関係者の店舗等に飾ることができる簡易な記念品を制作し、当該店舗等へ提供すること。

#### ⑦ その他

- ・本市の地域コンテンツが持つ潜在的な魅力を十分に理解し、適切に評価できる運営体制を確保すること。
- ・マグマシティセレクション（仮称）の取組を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（カゴシマンティコレクション）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。

### (2) 公式WEBサイト（ブランディングサイト）の制作・保守管理業務

#### ① サイト構成・デザイン

- ・全体のデザインを本市シンボルマークに合わせたトーン&マナーとすることとし、ページ訪問者（特に、市内外20～30代）に本市ブランドメッセージに込めた「わくわく感」が感じられるようなデザインにすること。
- ・サイトのトップページに、本市ブランドメッセージやブランドコンセプトを直感的に訴求でき、本市への興味・関心を高めるようなメインビジュアルを作成すること。
- ・必要な情報に辿り着きやすいルートを確保し、見やすい構成とすること。
- ・画像やイラスト等を多くかつ効果的に使用し、視覚的にわかりやすく使いや

すいものとする。

## ② 掲載内容

- ・掲載内容については、以下に示す内容を含めることとし、実際の掲載内容については発注者と協議のうえ、決定すること。
  - (ア) 本市のブランドメッセージ・シンボルマーク及びその解説
  - (イ) 本市のPRキャラクター「マグニオン」の紹介
  - (ウ) 本市魅力の紹介
  - (エ) 本市の観光サイト・移住サイト・ふるさと納税サイトなどへの遷移リンク
  - (オ) マグマシティセレクション（仮称）の特設ページ（コンテンツ募集や投票、選定したコンテンツの紹介に関するページ）
- ・掲載の時期について、(オ) は令和8年9月頃（予定）以降順次、(ア)～(エ) は令和9年1月頃（予定）に公開すること。
- ・(ア)、(イ) 及び(エ) のデータや基本情報は発注者が提供する。
- ・(ウ) は政府統計の総合窓口（e-Stat）に掲載されている統計データ等を活用して、多様な切り口で本市の魅力を紹介すること。

## ③ 基本要件

- ・サーバー及びドメインは新規に手配すること。なお、ドメインの所有者は発注者とする。
- ・専門的な知識を持たない者であっても、必要なデータを入力することにより、簡単に情報を登録・更新できるよう、CMSを構築することとし、操作マニュアルの作成や操作方法の研修を実施すること。
- ・4（1）①（ウ）に示すように、複数あるコンテンツの中から選んで投票できる機能（複数選択可とすること。）及び推しポイントなどをコメントできる機能をつけること。また、IPアドレス・cookie等で排他制御を行い、一端末から原則1回しか投票できない仕組みとすること。
- ・PC、スマートフォン、タブレット端末など、マルチデバイスでの利用を考慮したレスポンス web デザインとし、閲覧者がストレスを感じない程度の閲覧状態、構成、速度を意識した上で制作すること。
- ・ページの追加、機能の追加・改善が容易に対応できるシステム設計であること。
- ・Google アナリティクス等を設定し、訪問数や滞在時間、ページビュー数などの分析ができるようにすること。
- ・ユーザビリティ、アクセシビリティに十分配慮すること。
- ・プログラム言語はHTML、CSS、Javascript、PHP等、一般的に使われているものとする。
- ・テスト環境は受注者にて構築することとし、テスト環境でページの確認等を発注者が行い次第、公開すること。
- ・なお、本サイト上で訪問者の個人情報等を取り扱う想定はない。

#### ④ 運用保守要件

- ・当該 web サイトの構築・維持管理に必要なサーバー等ハードウェア、ソフトウェア及びドメインの利用料については、すべて受注者の負担において保守・管理すること。
- ・コンテンツの追記・更新は、随時発注者と協議しながら実施すること。また、メンテナンスやアクセス分析は、随時対応すること。
- ・適宜、効果的な検索エンジンの最適化（SEO 対策）を実施し、アクセス数の増加を目指すこと。
- ・サービスの利用可能時間は原則 24 時間 365 日の稼働とし、システムの停止を伴う点検を行う場合は、14 日前までに通知すること。

#### ⑤ セキュリティ要件については、別紙の通りとする。

### (3) 認知度向上のための SNS・WEB 広告業務

首都圏在住の 20～30 代で、本県出身者や来訪経験者、本市にふるさと納税をしたことがある人など、本市のファン潜在層をターゲットに、(2) の業務で制作する公式 WEB サイトのアクセスを増やし、本市への興味関心を高めることを目的に、SNS・WEB 広告を実施すること。

### (4) 関係部局との連携

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。

## 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 コンテンツの応募人数（実人数）
  - ② マグマンティセレクション（仮称）の特設ページのページビュー数
  - ③ SNS エンゲージメント数（公式 SNS 以外の投稿を含む）
- ・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、発注者と協議のうえ、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) 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) 西郷隆盛生誕200年・没後150年記念プロジェクト推進事業  
<https://www.city.kagoshima.lg.jp/kan-suishin/1.html>

## セキュリティ要件

### 1 侵害対策

#### (1) 不正通信の遮断

CMSサーバーへの接続にあたっては発注者が指定するIPアドレスからのみアクセスできるよう制限を設けること。受注者による保守業務のための通信はこの限りではない。また、通信回線を介した不正を防止するため、不正アクセス及び許可されていない通信プロトコルを通信回線上にて遮断するファイアウォールを設置すること。

#### (2) なりすまし防止

情報システムのなりすましを防止するために、ID、パスワード等による認証機能を備えること。

#### (3) サービス不能化の防止

構成機器が備えるサービス停止の脅威の軽減に有効な機能等を活用して、サービスの継続性を確保するための対策を行うこと。

#### (4) マルウェアの感染防止

マルウェア（ウイルス、ワーム、ボット等）による脅威に備えるため、マルウェアの感染を防止する機能を備えるとともに、新たに発見されるマルウェアに対応するために、機能の更新が可能であること。

#### (5) マルウェア対策の管理

マルウェアの感染防止機能を確実に動作させるため、当該機能の動作状況及び更新状況を管理する機能を備えること。

#### (6) 脆弱性対策

独立行政法人情報処理推進機構（IPA）による「安全なウェブサイトの作り方」改訂版第7版を参考に、本業務にて導入するソフトウェア及びハードウェアの脆弱性を悪用した不正を防止するため、構築時に脆弱性の有無を確認の上、運用上対処が必要な脆弱性は修正の上で納入すること。

運用開始後に、新たに発見される脆弱性を悪用した不正を防止するため、定期的に脆弱性診断を行い、更新を行う方法（手順等）を備えること。

### 2 不正の監視・追跡

#### (1) 証跡の蓄積・管理

不正の検知、発生原因の特定に用いるために、システムの利用記録、例外的事象の発生に関する証跡を蓄積し保管すること。保管期間は発注者と協議の上で決定する。

(2) 証跡の保護

証跡の不当な消去や改ざんを防止するため、証跡に関するアクセス制御機能を備えること。

(3) 時刻の正確性の確保

不正行為の追跡や情報セキュリティ侵害時において証跡の解析等を容易にするため、システム内の機器を正確な時刻に同期する機能を備えること。

(4) 侵入検知

不正行為に迅速に対処するため、通信回線を介して送受信される通信内容を監視し、不正アクセスや不正侵入を検知及び通知する機能を備えること。

(5) 改ざん検知

ウェブサイトの安全性を確認し、悪意あるプログラムや不正なスクリプトを実行しないように、改ざん検知機能を備えること。