

2025「国際湿地都市 NIIGATA」プロモーション業務委託仕様書

1 業務の目的・内容

本市は政令指定都市として、高度な都市機能を有する一方で、ラムサール条約湿地である佐潟をはじめ個性豊かな16の潟のほか、信濃川や阿賀野川といった大河が流れ、水田面積は日本一を誇るなど、豊かな水辺を身近に感じることができる。

潟をはじめとする本市の豊かな湿地環境は、人間にとって憩いの場であるとともに、渡り鳥をはじめとする多くの生き物にとって重要な生息の場となっており、特にコハクチョウの越冬数は日本一を誇っている。

本市の豊かな湿地環境やこれまでの環境保全・利活用に関する地域の取組みが国際的に高く評価され、本市は国内初となる「ラムサール条約湿地都市認証」を受けたが、一般市民にはイメージしにくく、また多くの水辺が身近に存在する市民にとっては、潟をはじめとする湿地への関心はあまり高くない。

こうした状況をふまえ、本市は令和6年4月に、「ラムサール条約都市推進プロジェクト・チーム」を設置し、湿地都市認証に基づく国際的な都市ブランド化、及び地域における湿地の保全や賢明な利用の推進に向けて、既存の部の枠組みを超えて取り組んでいるが、全庁的なプロモーションを展開する上での、ロードマップや具体的なターゲットが明確になっていない状況である。

本業務は、こうした里潟の魅力発信をとおして、市民の認知度向上および誇りの醸成、ならびに「国際湿地都市 NIIGATA」としてのブランディングを目的としたプロモーション戦略の策定と各種プロモーション事業を実施するものである。

また、本市がこれまでに実施した取組み（プロモーション）と課題は、別紙：参考資料のとおり。

2 業務実施期間

契約締結日から令和8年3月13日（金）まで

3 業務内容

次に掲げる事項を一体的に行うものとする。

(1)「国際湿地都市 NIIGATA」プロモーション戦略策定（以下、「戦略」という。）に係る補助・アドバイス

- 戦略については本市が策定することとし、基礎情報となる、関係者ヒアリングや各種調査などのリサーチ業務を実施すること。

【参考資料】

- 新潟市潟環境研究所活動報告書（巻末資料－市民意識調査結果ほか）
https://www.niigata-satokata.com/cat_dat/dat00000/
- (令和6年度)「市政世論調査」 調査結果
<https://www.city.niigata.lg.jp/shisei/kocho/yoron/kocho20241023.html>
- 上記リサーチ業務を踏まえ、本市が目指す「理想の姿」(ビジョン)をベースに、「人の意識」に関連する範囲を中心とした戦略(素案)を令和7年6月末までに作成するとともに、戦略

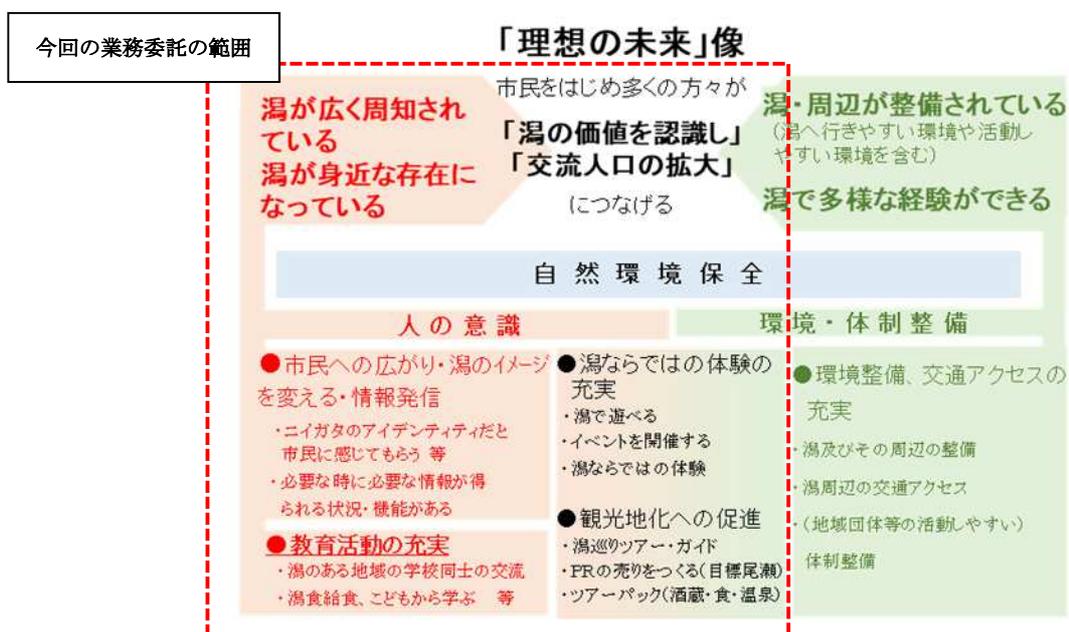
策定に係る方向性の整理・アドバイスを行うこと。

- 戦略（素案）の作成にあたっては、短期および中・長期的なロードマップ（工程）を整備するとともに、適切な KPI（例：市民認知度、ホームページアクセス数など）を設定するほか、必要に応じて適切なターゲットを設定すること。
- なお、短期ロードマップは、2026 世界湿地都市ネットワーク市長会議（令和 8 年秋ごろ、国内初開催）を一つの区切りとする。

世界湿地都市ネットワーク市長会議については、以下を参照

<http://rrcea.org/3rd-roundtable-of-wetland-city-mayors/>

【参考資料】本市が目指す「理想の未来」像（ラムサール PT ワークショップ R6 作成）



(2) プロモーション事業の企画・実施

- 本市がこれまで実施した取組み（別紙：参考資料）に関連付けた事業（例：潟巡り企画など）
- （食・観光・教育など）他コンテンツとの掛け合わせによる事業
- 「国際湿地都市 NIIGATA」ロゴマークを活用した、企業タイアップ事業
- 潟フェス 2026 の企画・運営（出演者及び開催場所の調整・費用負担は、本市にて行う）
 - ①発表会場：事例発表、基調講演、パネルディスカッション、②PR会場：一般来場者向けPR事業、③開催時期：令和8年2月前半（毎年2月2日の「世界湿地の日」関連イベントとして開催）、会場は、新潟日報メディアシップ（日報ホール、みなと広場）又は、NEXT21（新潟市民プラザ、アトリウム）を想定
- そのほか、予算の範囲内で自由提案

(3) プロモーション展開に係る戦略的アドバイスと事業の効果測定

- 各プロモーションにおける、ターゲットの設定を明確にし、マーケティングファネルを用い

可視化すること。

- 戦略的アドバイスは、(2) のプロモーション事業を含む、(1) で策定する戦略に沿った本市の事業全体に対して実施すること。
- 事業の効果測定は、(2) のプロモーション事業について行うこと。
- 企画・実施したプロモーションの実績報告及び効果測定は、随時行うこと。

4 報告書

- 全ての事業完了後、事業を実施した効果測定・アンケート収集・分析結果などをとりまとめた報告書を作成し納品すること。
- 報告書は紙媒体1部、電子媒体(Microsoft Word、Excel または Power Point)一式とする。報告書の紙媒体の規格、ページ数は任意とする。
- 報告書の納期限は令和8年3月13日(金)とする。

5 各業務に付随する業務

- (1) 市との打合せ及び連絡調整
- (2) 本業務の遂行に必要な施設や関係団体及び人物に対する取材の協力依頼及び連絡調整
- (3) 本業務に必要な資料や情報の収集及び撮影(必要に応じ市が素材提供を行う)
- (4) その他本業務に付随する業務

6 その他

- (1) 成果品は、新潟市が作成するホームページや各種情報提供のために、自由に使用できるものとする。

7 特記事項

- (1) 業務スケジュール

契約後、受託者は委託者と協議のうえ、速やかにスケジュールを作成・提出すること。

【想定スケジュール】

- ・契約締結：令和7年5月中旬
- ・プロモーション戦略素案の策定に向けたリサーチ業務：令和7年5月下旬～6月中旬
- ・プロモーション戦略素案・ロードマップ策定：令和6月下旬
- ・各種プロモーション実施：令和7年7月～令和8年2月
- ・報告書提出：令和8年3月

- (2) 権利の帰属

本契約により作成された成果物の権利の帰属は委託者のものとする。但し、本契約締結前から受託者または第三者に権利が帰属している場合、この限りではない。

- (3) 打ち合わせ等

業務を適正かつ円滑に実施するため、受託者は委託者と常に密接な連絡をとり、業務の方針及び条件等の疑義を正すものとする。

- (4) 守秘義務

受託者は、業務の実施過程で知り得た秘密を第三者に漏らしてはならない。

(5) 疑義

本仕様書に定めのない事項及び本仕様書の記載内容に疑義が生じた場合は、委託者と協議のうえ決定する。