

設計担当課名	文化観光局横浜魅力づくり室企画課
--------	------------------

令和2年度横浜市文化観光局公式 Facebookページ広告運営管理委託

(金額入り／金額抜き)

1	設計書	1 ページ
2	内訳書	3 ページ
3	仕様書	4 ページ

受付 番号	種 目 番 号	連絡先	委託担当
			文化観光局横浜魅力づくり室企画課 担当者名 守屋、藤倉 電 話 671-4142

設 計 書

1 委託名 令和2年度横浜市文化観光局公式Facebookページ広告運営管理委託
2 履行場所 文化観光局横浜魅力づくり室企画課等

3 履行期間 令和2年4月1日から令和3年3月31日
又は期限 期限 令和 年 月 日 まで

4 契約区分 確定契約 概算契約

5 その他特約事項 なし

6 現場説明 不要
 要 (月 日 時 分 場

所)

7 委託概要

委託者が通年で運営するFacebookページの広告運営管理を行う。

(1) 投稿記事の広告の作成及び配信

(2) 広告運営の月次報告（書面及び対面）

(3) 広告運営の年次報告（書面及び対面）

8 部 分 払

する

しない

部 分 払 の 基 準

業 務 内 容	履 行 予定月	数 量	単 位	単 価	金 額
投稿記事の広告 作成及び配信	4～3 月	12	月		
月次報告	4～3 月	12	月		
年次報告	3月	1	式		

※単価及び金額は消費税及び地方消費税相当額を含まない金額

※概算数量の場合は、数量及び金額を（ ）で囲む。

委 託 代 金 額		¥ _____
内 訳	業 務 価 格	¥ _____
	消費税及び地方消費税相当額	¥ _____

内 訳 書

名 称	形 状 寸 法 等	数 量	単 位	単 価 (円)	金 額 (円)	摘 要
投稿記事の広告作成 及び配信		12	月			
月次報告		12	月			
年次報告		1	式			
消費税 (×0.1)						
合計						

※ 概算数量の場合は、数量及び金額を () で囲む

仕 様 書

1 件名

令和2年度横浜市文化観光局公式Facebookページ広告運営管理委託

2 履行期間

令和2年4月1日から令和3年3月31日まで

3 履行場所

横浜市文化観光局公式Facebookページ「Find Your Yokohama」（以下、「局FB」）及び文化観光局横浜魅力づくり室

4 業務目的

局FBにおいて、横浜の魅力を紹介するオリジナルの記事の配信を行っている。投稿記事の広告配信を行うことにより、横浜の魅力の認知度やブランド力の更なる向上につなげ、新たなファン層の獲得（リーチ数、インプレッション数、フォロワー数等の増加）を目的とする。

※局FBの基本的考え方や都市ブランドについては、下記参考に記載する。

5 委託業務内容

委託者が通年で運営するFacebookページの広告運営管理を行う。

（実施業務）

(1) 投稿記事の広告の作成及び配信

広告による記事リーチ数 100,000/月以上を獲得できるよう運営する。

※記事広告は、原則週1回の委託者によるオリジナル記事の投稿に合わせて実施すること（投稿日は担当者と調整のうえ確定）。

投稿の配信先については、当アカウントに「いいね！」をしていない人を優先すること（新規フォロワーの獲得）。

(2) 広告運営の月次報告（書面及び対面）

広告運営に関する報告を月次で実施する。納品物（書面）は、対面での報告の前に担当者宛にデータで送付し、対面時に2部納品する。なお、月次報告の時期は甲乙で協議し決定する。

納品物（書面）には以下の項目を含むこととする。

- ・インプレッション数（通算、月、週、日別、時間帯、性別、年齢、地域）
- ・リーチ数（通算、月、週、日別、時間帯、性別、年齢、地域）
- ・ファン数（通算、月別、性別、年齢、地域）
- ・フリークエンシー（利用者に対する広告の平均表示回数）
- ・投稿記事ごとのエンゲージメント、シェア数、いいね！数

あわせて、前月との比較、他FBとの比較、Facebook社の動向等の分析を踏まえて、次月以降の広告運営方針を提案する。

(3) 広告運営の年次報告（書面及び対面）

期間満了後、すみやかに広告運営に関する最終報告を実施する。納品物（書面）は、対面での報告の前に担当者宛にデータで送付し、対面時に2部納品する。なお、月次報告の時期は甲乙で協議し決定する。

納品物（書面）には以下の項目を含むこととする。

- ・インプレッション数（通算、月、週、日別、時間帯、性別、年齢、地域）
- ・リーチ数（通算、月、週、日別、時間帯、性別、年齢、地域）

- ・ファン数（通算、月別、性別、年齢、地域）
- ・フリークエンシー（利用者に対する広告の平均表示回数）
あわせて、他 FB との比較、Facebook 社の動向等の分析を報告する。
※「文化観光局横浜魅力づくり室Facebookページ運用ポリシー」、その他関連する法令を遵守すること。

6 ターゲット

- 横浜市民・横浜出身者を中心とした首都圏在住の30代後半～50代前半の男女をコアターゲットとする。
- Facebook、Instagramなど複数のSNSアカウントを保有し、日常的な閲覧を行うとともに、月に1～2回程度の頻度で自身も投稿を行う層。
- 旅行やレジャー、文化芸術への関心が高く、先進的なことや流行に対する感度と好奇心を持ち、情報収集に積極的でアクティブに行動する層。

7 納入場所

神奈川県横浜市中区尾上町1-8 関内新井ビル6階
文化観光局横浜魅力づくり室企画課

8 特記事項

- (1) パスワードの管理等、セキュリティについては厳重に行い、アカウントの乗っ取り等事故が発生した場合は速やかに委託者に報告すること。
- (2) 本仕様書に定めがない事項について疑義が生じた場合には、双方誠意を持って速やかに協議し決定する。
- (3) 詳細については、9の担当者の指示によること。
- (4) この契約は、令和2年4月1日の改正民法の施行に伴い、新たに施行する本市契約約款を適用することとします。

9 担当者

文化観光局横浜魅力づくり室企画課 守屋・藤倉
電話：045-671-4142

【参考】

- 1 局FBアカウント <https://www.facebook.com/city.yokohama.bunkan>
- 2 局FBの基本的考え方
 - ① 横浜の魅力を掘り起した記事を配信することにより、既存フォロワーの横浜への愛着を深め、シビックプライドの醸成を図る。また、新たなファンを増やすことで、横浜の魅力の認知度やブランド力向上につなげる。
 - ② 記事の配信や寄せられるコメントへの返信にあたり、横浜への好意醸成を促すコメントを付してやり取りを行うことで、横浜ファンのコミュニケーションの場を作る。
- 3 横浜の都市ブランド
横浜に住んでいる人、訪れる人に対していつでも「新しい発見」や「ワクワクする昂揚感」、「感性が刺激される感覚」を、都市のブランド価値として提供し、認知させるため、ブランドスローガン：「あうたびに、あたらしい Find Your YOKOHAMA」を制定した。

