

佐潟エリアブランディング推進業務委託仕様書

この仕様書は、新潟市が実施する「佐潟エリアブランディング推進業務」（以下、「本業務」という。）に係る委託候補者の選定に関し、市が契約する事業者（以下「受託者」という。）に要求する本業務の概要や仕様を明らかにし、プロポーザルに参加しようとする者（以下「参加者」という。）の提案に具体的な指針を示すものである。

1 業務概要

(1) 目的

新潟市西区にある佐潟は、日本最大級の新潟砂丘の内側、佐渡・弥彦・米山国定公園区域内に位置し、水鳥の生息地として重要な湿地を保全するラムサール条約の市内唯一の登録湿地である。2000年（平成12年）には「佐潟周辺自然環境保全計画」を策定し、環境保全や賢明な利用（ワイズユース）といったラムサール条約の理念や「里潟」の考え方にに基づき、行政や民間、地域住民等がさまざまな取り組みを行ってきたが、統一的なブランドイメージが確立しておらず、市内外にも浸透していない現状がある。

そこで、現在、行政や民間、地域住民等が個々に発掘・発信している魅力を、地域のイメージとして一体化し、佐潟エリア※の統一的なブランドビジョンを策定し浸透を図っていく。また、この地域が独自に持つアイデンティティを明確にし、認知させることで、ここに暮らす人々の郷土愛が醸成され、暮らしの豊かさを実感できる地域ブランドを形成する。そして、それらが地域内外の人々に伝わることで、感動や共感が生まれ、再訪したいという気持ちとともに地域ブランドとしての広がりが認知されていくことを目指す。さらに、このビジョンを多様な主体が共有し、市民活力を最大限に引き出しながら、各種取り組みを一体となって推進するための道しるべのような役割を担うものと位置付け、将来的には新潟西エリア全体のブランディングに繋げていく。

※佐潟エリアとは、佐潟を中心としたおおよそ半径5km圏内及び内野から彌彦神社までの北国街道沿線エリアとし、新潟西エリアとは、信濃川の西側、南端を彌彦神社とする半径15km圏内のエリアとする。（別図1参照）

(2) 業務名

佐潟エリアブランディング推進業務

(3) 業務期間

契約締結日から令和7年3月31日まで

(4) 見積限度額

4,000,000円（消費税及び地方消費税相当額を含む）

2 業務内容

本業務の具体的な内容は、提案に基づき協議・決定するが、市が想定し求める内容は下記項目のとおりとする。なお、本業務は、別図2で示す3か年事業（R6～8年度）のR6年度業務を委託するものである。但し、契約は単年度契約とし、R7年度、R8年度の事業費は各年度の予算の範囲内とする。

また、今回の取り組みは、新潟市西区のみならず新潟西エリア全体と連携し行うこと、そして関わる人々が「楽しさ」や「つながり」を実感できる展開を視野に推進していくとともに、地域住民や団体等と連携し、住民が自分ごととなる市民参加の取り組みも包括的・戦略的に展開し、事業終了後も継続してエリアブランディングやまちづくり、魅力発信に取り組む人材の発掘やその後の連携などを見据え、効果的な仕掛けを展開する。

(1) 佐潟エリアの現状把握及び課題や目的の明確化など

①住民等へのヒアリングによるニーズ調査・分析等

ブランドビジョンやアクションプランの検討・策定に必要な郷土愛やブランド価値、地域が抱える課題などについてヒアリングを行う。

【要求仕様】

ヒアリング調査件数 10者以上（住民、事業者等含む）

【最終成果品】

調査報告書

②地域資源の棚卸及び情報収集・調査

ヒト・コト・モノ、体験や価値など、地域資源を棚卸して整理し、ブランド価値創出等に向けた情報収集及び調査・分析を行う。なお、下記対象を必ず含むこと。

【必須対象】

- ・佐潟、赤塚、北国街道の歴史、文化
- ・砂丘地農業と農産物
- ・佐潟エリアの醸造所
- ・佐潟エリアの事業者とキーパーソン

【最終成果品】

調査報告書

③他地域の先進事例に関する情報収集

エリアブランディングに関して、必要に応じて、市とともに先進地視察を行うなど事業推進に有用な情報収集を行う。

【最終成果品】

調査報告書

(2) ブランドビジョンの策定及び視覚化

エリアブランディングの根幹となるブランドビジョンの策定を行う。なお、策定に当たっては、必要に応じて地域のクリエイターや学生、見識者、ステークホルダー、行政等と連携し、最適な形で進める。

また、策定したビジョンは、次年度以降に広く周知、浸透させるものであるため、文言のみならず、視覚的にも共感を得られるような媒体としてまとめること。

【最終成果品】

ブランドビジョン

(3) アクションプランの策定

ブランドビジョンの実現に向けたアクションプランを策定する。なお、策定にあたっては、下記事項に留意すること。

- ①ビジョンと現状のギャップを十分に考慮し、現実的な内容とすること。
- ②佐潟エリアのブランディングが一過性のものではなく、将来に渡り持続するように、ヒト、モノ、カネが循環する仕組みづくりの視点を含むこと。

③策定するアクションプランの計画期間はR8年度までとすること。

【最終成果品】

アクションプラン

(4) ブランディングの気運醸成

佐潟エリアのブランディングについて、一人でも多くの市民や事業者が当事者意識をもって取り組むための気運醸成につながるようなイベントを実施する。

【要求仕様】

ワークショップなど市民参加型イベントの実施。(1回以上)

【最終成果品】

事業実績報告書

【注記】

上記、(1)～(4)の業務の実施にあたっては、市の様々な施策と連携して推進すること。

3. 成果品

下記内容を納品すること。なお、納品時期、納品方法については別途受託事業者と調整する。

- (1) 仕様に基づく成果品の印刷物
- (2) データ

4. 著作権について

- (1) 受託者は、本業務の実施のために創作した著作物について、委託期間終了後、本市に全ての著作物(著作権法第27条及び第28条の権利を含む。)を無償で譲渡するものとする。
- (2) 受託者は、本業務の実施のために創作した著作物について、委託期間終了後、著作人格権の行使はしないものとする。

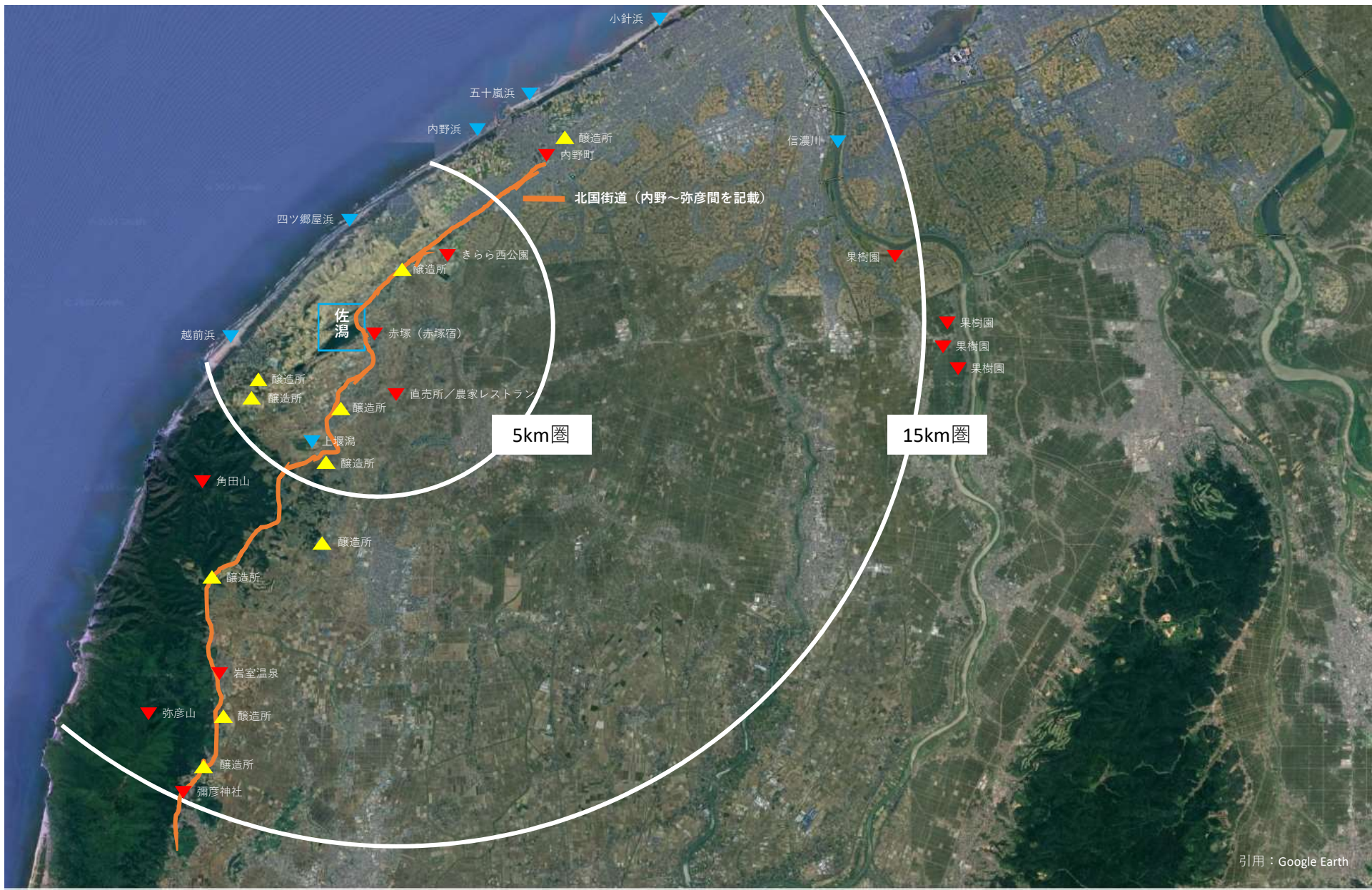
5. 実施体制および実施状況の報告

- (1) 受託者は、業務の実施内容の調整や進捗状況の共有のため、本市と少なくとも月1回程度、定期的に打ち合わせを実施するものとする。
- (2) 受託者は、市から請求があったときは、事業の進捗状況等について随時報告すること。
- (3) 本事業の運営実施体制を提案書に盛り込み、併せて市との連携体制について記載すること。

6. その他留意事項等

- (1) 本仕様書に疑義が生じたとき、または定めのない事項については、受託者は本市との協議によるものとする。
- (2) 本仕様書に記載の事項について、その趣旨の範囲内において優れた代替方法等を発案したときは、その発案に基づき、受託者は本市との協議により、仕様を変更することができる。
- (3) 本仕様書、関係法令等を遵守し、受託者は本市との協議により業務を進めること。

別図 1



佐潟エリアブランディング推進事業イメージ

■ 目指す姿

佐潟周辺地域が2040年においても「住み心地がよいまち」であるために、佐潟をはじめとする地域資源を活用し、佐潟エリアのブランディングを推進することで、地域で稼ぐ仕組みづくりと、その稼ぎを地域を支える「ひとづくり」に再投資する地域循環モデルの構築を目指す。

R 6

**ビジョンと
アクションプランの策定**

- ・ 佐潟エリアの現状把握
- ・ 地域資源の棚卸し
- ・ ブランドビジョンと
アクションプランの策定

R 6 公募事業

R 7

ブランディングP J実証

- ・ ビジョンの共有
- ・ 多様な主体との協働
- ・ 地域資源のブランディングP J実証と検証

R 8

地域循環モデルの検証

- ・ エリアブランディングを通じた地域循環モデルの検証（稼ぐ仕組みづくり、担い手、起業家などのひとづくりなど）