

長崎市観光マスターブランド公式 WEB サイト制作に係る
業務委託について（仕様書）

記

1 業務概要：

(1) 業務名

「長崎市観光マスターブランド公式 WEB サイト制作」に係る業務委託

(2) 目的

長崎市と一般社団法人長崎国際観光コンベンション協会（以下、協会という。）が、令和 3 年度に着手し、令和 4 年度から本格的に取り組みを開始した「長崎市観光マスターブランド」について、交通広告や雑誌、WEB メディアなどのメジャー媒体をタッチポイントに、本事業で構築する WEB サイトを通じて、ブランドコンセプトのイメージを具体化し、ブランドコンテンツを広く周知することで、長崎市観光の本質的な魅力が国内において認知・共感され、高い観光想起率を確保することを目指している。

また、訪問客とのコミュニケーションにとどまらず、昨年度から注力している市民や市内事業者に向けた様々な取り組みも包含した、ブランディングに関するワンストップサイトを構築することで、“市民が発信していくブランドコミュニケーション“という高い目標を実現させていく。

(3) 予算概要

本業務の予算規模は 1,500,000 円（消費税及び地方消費税を含む）とする。

内訳は以下のとおりに分けること。

- ① 長崎市観光マスターブランド公式 WEB サイト構築業務
- ② 長崎市観光マスターブランド公式 WEB サイト保守・運用業務

(4) 履行期間

契約締結日（令和 6 年 10 月下旬予定）から令和 7 年 3 月 31 日（日）まで

- ① WEB サイト構築業務 契約締結日～令和 7 年 1 月 31 日（金）
- ② 保守・運用業務 令和 7 年 1 月 31 日（金）～令和 7 年 3 月 31 日（日）

公募においてはこの期間を想定し、企画書内にスケジュール案を必ず記載すること。

なお、詳細については委託事業者決定後、協議の上決定する。

(5) 履行場所： 指定場所

2 委託内容：

受注者は、以下に掲げる業務を行うこととし、各業務における実際の内容については、公募に

において提案された内容を基に協会と協議の上決定することとする。

- (1) 本業務の目的と目指す姿の実現に向けた戦略の立案及び進め方の提案、その業務の実施
- (2) 本 WEB サイトの構築
- (3) WEB サイト全体のビジュアルデザイン制作、高感度なアニメーション制作
- (4) 各ページ制作
- (5) 対応 OS・ブラウザの最新化
- (6) SEO 対策の強化、アクセス数増加のための取り組み
- (7) WEB サイト完成後の CMS、ウェブサイトの管理・保守・障害対策、ドメイン・SSL 更新管理
- (8) その他、本事業の目的実現に向け、よりよい効果が見込まれる手法等の独自提案
- (9) 次年度改修及び保守運用の提案

3 業務内容：

(1) システム構築に関する基本要件

ア 動作環境、プラットフォーム

PC、スマートフォン及びタブレットで閲覧されることを前提に、レスポンシブ web デザインで設計すること。また、次のプラットフォームで、新ウェブサイトが正常に表示されること。また、契約期間中のプラットフォームの最新版に対応すること。

- ・ Microsoft Edge、Google Chrome、Firefox、Safari、Android Chrome、Mobile Safari 各最新版

イ WEB サイトの稼働時間

24 時間 365 日間稼働をすること。ただし、何らかの原因によりサービスが停止する場合には、復旧又は代替手段を用意し、サービスの利用に支障がないようにすること。セキュリティパッチの適用等、一時的にサービスが停止しうる恐れがある場合には、アクセスの少ない時間帯に実施するほか、代替システムを用意するなど、可能な限りサービスの停止を防ぐ対策を施すこと。

ウ ドメイン

協会が管理している nagasaki-visit.or.jp の配下におくこと。

なお、協会と委託事業者の協議により、長崎市公式観光サイト <https://www.at-nagasaki.jp/> のドメインを使用することを検討する可能性がある。

エ アクセシビリティ対応

年齢や身体的条件にかかわらず、全ての人がウェブサイトで提供されている情報にアクセスでき、利便性よく利用できるデザインとすること。

オ セキュリティ・保守運用

セキュリティについて必要とする要件は次のとおりとする。

- ・ 脆弱性を作り込まない実装を行うこと。具体的には、IPA「安全なウェブサイトの作り方」を参照し、長崎市情報セキュリティポリシーに準拠すること。
- ・ OS やソフトウェアの脆弱性について情報収集を行い、バージョンアップ等の適切な対応をとること。
- ・ SSL 通信に対応すること。必要な費用は委託料に含まれることとする。
- ・ 部外者による改ざんを検知するしくみを導入すること。
- ・ コンピューターウイルス対策を講じていること。
- ・ アクセスログの記録・解析ができるようにすること。
- ・ バックアップを定期的取得し、障害発生時は復旧後 1 営業日以内に現状を復旧できる体制を用意すること。
- ・ その他セキュリティ対策に有効な手段があれば、提案すること。

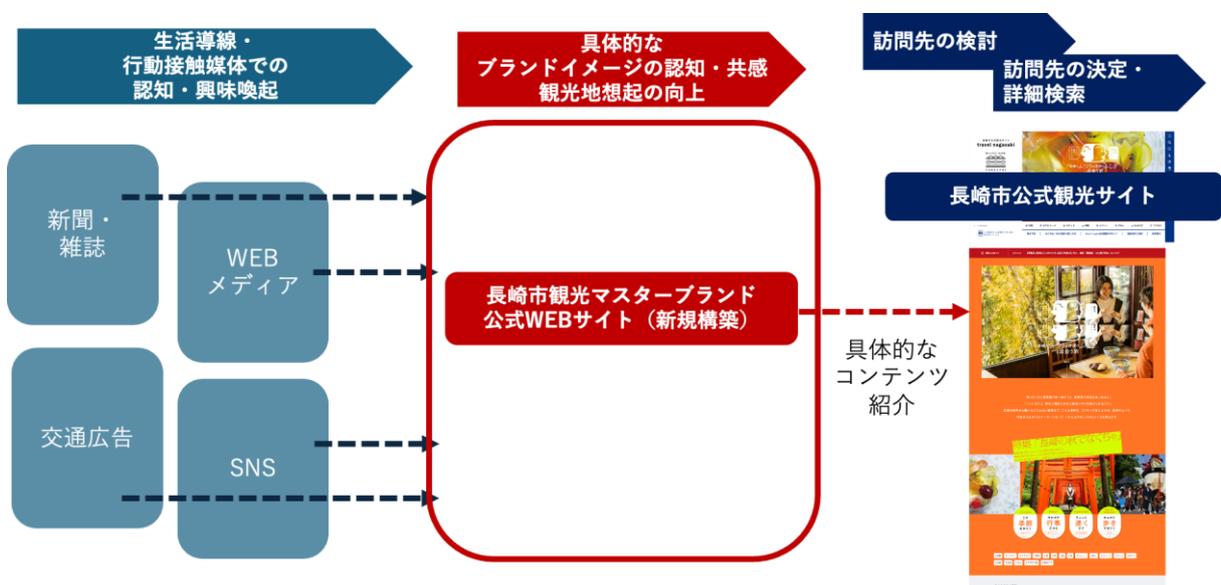
(2) サイトデザイン要件

- ア ブランドマニュアルに準じて、目的を果たすべく最適なビジュアルデザインを制作し、細部に至るまで質の高いデザインを提供すること
- イ 訪問者に最適な UI (ユーザーインターフェイス) の設計や、ブランドの世界観の中で高感度で独創的なアニメーションを制作し、WEB サイトにおける先進的な UX (ユーザーエクスペリエンス) を提供すること

(3) ページ及びコンテンツ要件

ア サイトの役割

交通広告や雑誌、WEB メディアなどのメジャー媒体をタッチポイントに、本事業で構築する WEB サイトを通じて、ブランドコンセプトのイメージを具体化し、ブランドコンテンツを広く周知することで、長崎市観光の本質的な魅力が国内において認知・共感され、高い観光想起率を確保することを目指す。その上で、具体的なコンテンツ (四季折々の食、イベント、体験、観光スポット、最新ニュース等) は現在運営中の長崎市観光公式サイト「travel nagasaki」に遷移させ詳細な情報を訪問客に提供する



イ TOP ページの必要項目

各種データは協会から提供する

- ① メインビジュアル（年間テーマビジュアル、コンセプト動画）
- ② 新着情報
- ③ 年間テーマに基づく訴求メッセージ
- ④ 年間ポスター各種
- ⑤ 年間動画各種
- ⑥ ブランドコンテンツ「長崎のふつうは、世間のふしぎ。Nagasaki Wonder 100」→下層特集ページへ
- ⑦ 長崎市観光フォトコンテストページ「写真の街、長崎」→下層ページ特集へ
- ⑧ 仮）長崎人からの発信、メッセージ→下層特集ページ
- ⑨ イベントページ→下層特集ページへ
- ⑩ アーカイブ（過去シーズンのポスター、動画）
- ⑪ リンク

ウ 下層ページ（順不同）

現状は下記を想定も、今後増やせるような設計としておくこと。

- ① 長崎市観光マスターブランドとは
- ② インナーブランディングの取組「I am 長崎人」
 - ①及び②は「市内事業者サイト」内のブランドに関する記事を新サイトに全て整理した上で移管すること <https://www.at-nagasaki.jp/dmo/inner-branding>
- ③ ブランドコンテンツ「長崎のふつうは、世間のふしぎ。Nagasaki Wonder 100」

今年度は現状の特集サイト <https://www.at-nagasaki.jp/promotion/2023/>を活用し簡易的に作成することとし、新たに 30 コンテンツを追加することをする。

なお、次年度では訪問客にとって視覚的に魅力的で、且つ訪問意欲の湧く情報が整理された、高感度なコンテンツページとすること予定しており、今回の応募に関して次年度の提案を含むこととする。（次年度はさらに 30 コンテンツの追加を想定）
- ④ 長崎フォトフェスティバル「写真の街 長崎」

特集ページを作成し、フォトフェスティバル「写真の街 長崎」概要説明と過去 3 カ年の受賞作品を掲載することとする。

<https://nagasaki.tokyocameraclub.com/contest2019/results/index.html>

<https://nagasaki.tokyocameraclub.com/contest2020/index.php>

<https://nagasaki.city.tokyocameraclub.com/contest2022/>
- ⑤ イベントページ
長崎市でのイベントや、東京・大阪などでの大都市圏で実施するイベントの告知や実施内容を魅力的にレポートするページとする。

(4) 打合せ協議等

本業務を適正かつ円滑に進行するため、定期的な打合わせや報告を行い、その内容についてはその都度受注者が議事録を作成し提出すること。

ア 定例会の実施

原則、1か月に1回（進捗報告、課題の調整、全体の意思決定など）実施し、業務の各フェーズに応じて進捗状況を報告すること。

イ 業務打ち合せの実施

緊急を要する報告に関しては、必要に応じて報告会を実施すること。

(5) テスト

ア 本仕様書に示す要件を確実に満たした上で正式稼働するために、コンテンツやシステム稼働等に関して、テストを随時実施すること。

イ テストは、各コンテンツのページ内容の移行に不整合が無いこと。

ウ 対応不十分な事項があった場合は、速やかに修正対応を行うこと。

(6) 次年度の提案

次年度は主に8~10回程度の情報更新を予定しており、且つ3イ6ブランドコンテンツ「長崎のふつうは、世間のふしぎ。Nagasaki Wonder 100」のリッチコンテンツ化を予定している。次の内容の提案構築及びWEBサイトの運用保守の見積もりを提案すること。

（想定予算規模：1,650,000円（消費税及び地方消費税を含む））

ア 情報更新内容

- ① TOPページのメインビジュアル（年間テーマビジュアル、コンセプト動画）
- ② 新着情報
- ③ 年間テーマに基づく訴求メッセージ
- ④ 年間ポスター各種
- ⑤ 年間動画各種

イ ブランドコンテンツ「長崎のふつうは、世間のふしぎ。Nagasaki Wonder 100」のリッチコンテンツ化とコンテンツ30追加を予定。

なお、単純にコンテンツが見られるだけでなく、画像をクリックするとその詳細情報やそれがどこで体験できるかの情報（位置情報含む）を訪問客が取得できる仕様とする。

またこの詳細情報のライティングについては本委託者に業務を委託することとする。

4 成果物

本事業の完了時には、以下に示す成果物を納品すること。

- ・業務完了報告書（形式は任意）

※報告書には、掲出の内容・期間を記載の上、それぞれ掲出時の写真を添付すること。

- ・システム一式（WEBサイトデータ一式）
- ・提出期限：令和7年3月7日（金）

- ・提出先：〒850-0862 長崎市出島町 1-1 出島ワーフ 2 階
(一社) 長崎国際観光コンベンション協会 経営管理本部 企画チーム
E-mail : dmo@nagasaki-visit.com

5 留意事項

- (1) 受託者は協会の指示に従って本業務を実施するものとする。
- (2) 本業務に際して必要な一切の経費は、当初の契約金額に含むものとする。
- (3) 成果物に重大な誤りがあった場合は、原因者において、回収、修正、再調査等の必要な処置を講ずること。
- (4) 受託者は、業務の全部または一部を再委託してはならない。ただし、書面により協会の承諾を得た場合はこの限りではない。
- (5) 受託者は、本業務の関係書類等を整備保管し、必要な書類の提出や実地検査等に際しては、協力すること。本業務について、この仕様書に記載されていない事項その他疑義が生じた場合は、協会と協議のうえ決定する。
- (6) なお、業務内容の変更等について協会から指示等があった場合は、協会と受託者が協議のうえ、委託契約の内容を変更することができる。

6 次年度以降の契約について

本事業は、複数年（最低3カ年）かけて段階的に構築及び安定的なWEBサイト運営を前提としているため、以下の手法での契約を検討している。

- (1) 本年度の受託事業者と複数年継続業務を前提とした契約を結ぶ。
- (2) 複数年継続業務の期間はまずが令和6年度～令和8年度の3ヶ年とし、令和7年度以降は、同一事業者と年度ごとに随意契約を行う。

(ただし、本事業は長崎市の受託事業の一部であるため、市の各年度予算成立及び協会への業務委託を前提とするものであり、令和7年度～令和9年度の契約を確定・保証するものではない。)

以上