

「女性にコンフォートなまち」ブランディング支援等業務委託仕様書

1 業務名

「女性にコンフォートなまち」ブランディング支援等業務委託

2 北九州市の女性政策の方向性

北九州市が女性政策を展開していくにあたっては、「自分のことは自分で選び、自分で決める」という女性の自己決定権を尊重し、ジェンダー政策は男女を対象に包括的に考えるものであり、女性特化ではなく、男女格差を生み出す構造自体を変革する必要があるとの基本認識のもと実施することとしている。

その上で、女性のリアルな視点・価値観を政策に反映させることで新たな付加価値を創出することが「女性のコンフォート」につながり、さらには「みんなのコンフォート」につながるものと考えている。

そのために、北九州市では、より女性一人一人に向き合い、声なき声に耳を傾け、多様な意見を収集し、施策に反映する仕組みを構築していくことで、女性にコンフォートなまちづくりを進めていく。

3 目的

北九州市は、社会教育や生涯教育、また市民活動などの分野において、女性の力でまちを動かしてきた歴史がある（例：「青空がほしい」運動）。

また、他都市に先んじて、男女共同参画の取組みに着手し、継続的してきた蓄積がある。

その一方で、社会経済情勢が大きく変わる中、様々な現代的な課題に直面している。

今後、北九州市が、“あらゆる人”にとって住みやすく、意欲や能力が発揮されるまちになっていくためには、その大きなステップとして、女性が直面している課題を解決するための取組みを強力に推進し、北九州市に暮らす女性の幸福度を高めていくことがまち全体の活力を高める鍵である。

そこで、本業務では、北九州市が、女性、とりわけ20代から40代の女性を中心としたターゲット層から「選ばれるまち」になるために、女性視点のマーケティングの観点から「女性にコンフォートなまち」に向けたブランディングを戦略的に進めることを目的とする。

【課題の例】

- ・ 20代を中心とした女性の市外への流出数が、男性の2倍以上
- ・ 家庭生活などの生活実態面において、男女平等を実感している割合が、全国平均の半分以下であり、男女での認識差も2倍以上ある
- ・ 20代後半の女性の就業率は8割を超え、20政令市中9位だが、30代前半では18位となっており、結婚や出産等によりキャリアが中断されるケースが多いと推定される
- ・ 女性の非正規雇用の割合が、20政令市中3番目に高い

4 目標

短期：女性にコンフォートなまちづくりを推進するための呼び水となるようなイベントを開催し、取り組みをドライブする。

長期：女性視点や女性特有の価値観に基づく新たな付加価値を見出し、施策につなげることで、北九州市は女性にコンフォートなまちというイメージ醸成する。

※今回の業務委託は、特に長期的な目標を達成するための業務となる。

5 契約期間

契約締結の日から ～ 令和8年3月31日（予定）

6 業務概要

上記の目的や目標を達成するため、北九州市の「女性にコンフォートなまち」ブランディングにおける現状や課題を調査・分析等をした上で、北九州市としてのブランドの軸となるものを明確に定義し、この軸に基づいた具体的な施策の設定を行うなど、北九州市のブランド戦略を構築する。

7 業務内容

上記に掲げる目的及び目標、事業概要等を十分理解し、北九州市のブランディングに係る以下の業務を行うものとする。

本業務の具体的な内容については、下記項目を想定しているが、最終的には、事業者の提案に基づき、北九州市と協議の上決定するため、自由提案を妨げるものではない。

(1) ブランド戦略の検討・構築

- ① 北九州市が女性にコンフォートで女性に選ばれるまちになるために、女性の視点に照準を合わせ、女性ならではの価値観で新たな付加価値を生み出し、施策に反映するまでを見据えたブランド戦略案を策定すること。
- ② 戦略の策定にあたっては、近年の多様性の時代において、より個々人のニーズに沿った施策が必要との課題認識のもと、コミュニティマーケティングの手法を活用するなどし、これまでの行政からの一方通行での施策の展開ではなく、双方向のコミュニケーションから生まれる付加価値を施策に反映させる戦略とすること。

【委託業務】

ア ブランドコンセプトの策定

- (ア) ターゲットとなる女性像（年代、働き方、価値観等）の明確化
- (イ) 女性が共感・信頼できるキーワードやストーリーの開発
- (ウ) 北九州市が目指す姿を表すブランドビジョンの策定

- イ ブランド戦略の策定
 - (ア) 女性にコンフォートなまちというブランドイメージの構築方針
 - (イ) SNSや動画、イベント等を活用した多面的なコミュニケーション戦略の提案
 - (ウ) 対内外への浸透・共創を促すための施策（ロールモデル紹介、ワークショップなど）
- ウ 成果物の作成
 - (ア) 女性のコンフォートなまちづくりに関するブランディング戦略報告書（電子・紙）
 - (イ) 説明用プレゼン資料（関係部門・ステークホルダー向け）
 - (ウ) 必要に応じて、施策検討のためのワークショップや意見交換会の運営支援

(2) 基礎調査

- ① ブランド戦略案策定に向け、公的な統計調査の収集や、過去に北九州市が実施したアンケート調査結果等を有効活用し総括的に分析することで、社会情勢や時代の潮流のほか、北九州市の地域特性や魅力、強み、課題等を把握する。
- ② 北九州市内の、学生、働く人、専業主婦、地域等における幅広い年齢層の女性に、学校、職場、家庭、地域、まちなか（商業施設、娯楽施設、イベント等）等、様々な場面で不快に感じること、もの、体験等についてアンケート調査及び意見聴取を実施する。
- ③ 調査結果は、回答内容に従って単純集計・クロス集計等を行い、調査報告書を作成する。

ア 定量調査

(ア) 郵送調査

詳細は別紙実施要領を参照のこと

(イ) SNS等を利用したインターネット調査

詳細は別紙実施要領を参照のこと

イ 定性調査

(ア) 意見聴取

意見聴取については、特定の団体等に対し実施するのではなく、いわゆるサイレントマジョリティーのニーズを収集するための手法を提案すること。

(3) 職員向け研修等の実施業務

女性のコンフォートなまちづくりを推進するため、市の幹部職員や市内事業所の経営層や管理職、人事担当者等に、(1)、(2)の業務で見えてきた課題やリアルな女性の視点、価値観等をフィードバックするための研修会等を企画・開催する

こと。

【委託業務】

ア 研修の企画・設計

- (ア) 対象企業・対象者に応じた研修プログラムの設計
- (イ) カリキュラム作成（内容、配分時間、講師構成等）

イ 研修の実施・資料共有

- (ア) 会場型で開催すること
- (イ) 研修会は、市職員向け1回、市内事業所（20社程度）向け1回の計2回開催すること。
- (ウ) 講師の選定・手配及び講義資料の作成
- (エ) 講義資料作成後は、市担当部署による研修の実施が可能となるよう、講義資料データ等を共有すること。

※市内事業所を直接訪問し、個別に研修会を実施することを想定。

ただし、この訪問研修は業務委託の対象外とする。

- (オ) 出席者の受付・記録管理
- (カ) アンケート調査の実施および回収

ウ 成果報告

- (ア) 研修実施後、受講者アンケートの集計・分析
- (イ) 実施報告書の作成・提出（実施状況、参加者の声、改善点等を含む）

エ 実施場所

- (ア) 市内会場（市が指定する。会場使用料は委託料には含まない。会場の手配は市が実施する）
- (イ) オンラインでの視聴も可能とするハイブリッド型で開催すること。
- (ウ) 当日の様子は後日Y o u T u b eでの視聴も可能となるようにすること。

オ 成果物

- (ア) 研修実施報告書（P D F、W o r d形式）
- (イ) 研修資料一式（配布資料、スライドデータ等）
- (ウ) 参加者アンケート結果（集計表および自由記述抜粋）

8 費用負担

本業務の実施に係る費用（予算上限額：800万円）

※市が負担する委託料の額を超える場合は、その超えた額について、運営事業者が負担する。

9 成果品

- (1) 業務完了報告書
- (2) 戦略策定報告書
電子データ：Microsoft Word 等編集可能なもの
紙媒体：10部
- (3) 戦略発信資料
電子データ：Microsoft PowerPoint 等編集可能なもの
- (4) 収集・分析したデータ・グラフー式
電子データ：Microsoft Excel 等編集可能なもの
- (5) 音声等のデータ（北九州市が提供するものを除く）

10 提出先

北九州市 政策局 WomanWill 推進室
(北九州市小倉北区城内1-1 北九州市役所庁舎8階)

11 その他

- (1) 成果品に係る一切の権利は、北九州市に帰属するものとする。
- (2) 作成にあたって、写真、イラストなど他の刊行物からの無断転載等著作権の侵害となるような行為をしないこと。転載等を行う場合には、著作権の帰属について確認し、その利用許諾等適正な手続きを取ること。
- (3) 本仕様書に定めのない事項については、北九州市契約規則によるものとし、同規則に定めのない事項については、発注者と受注者とが協議して決定する。ただし、協議が成立しないときは、発注者の定めるところによる。