

堺市伝統産業ブランド推進業務仕様書

1 業 務 名

堺市伝統産業ブランド推進業務

2 履行場所

堺市内ほか

3 業務目的

市内の伝統産業事業者は、相手先ブランド名での製造（OEM）や企業間取引（B to B）を主に行ってきたため、堺の伝統産品が堺で作られていることが十分認知されていない。堺の伝統産品の品質の良さ・技術の高さを暮らしの質への関心が高い人を中心に sakai kitchen 〈堺キッチン〉ブランドを活用した情報発信を強化することにより、堺の伝統産業の認知度向上や伝統産品のブランド力強化等に寄与することを目的とする。

※「sakai kitchen 〈堺キッチン〉」

「道具を愛することは、暮らしを愛すること。〝日々の暮らしを愛する〟」をブランドコンセプトに、日常の様々な生活場面に伝統産品が浸透するよう展開。堺の伝統産業である刃物、注染・和晒、線香に加え、それらの伝統産品の魅力を引き立てともに輝く逸品を一括りにし、暮らしの質への関心が高い人をターゲット層に設定したブランド。必ずしもキッチン商品のみではなく、様々な生活場面に伝統産品が浸透し、暮らしを豊かにするための上質なアイテムを提案。これまでに認定した商品、事業者、発信内容は当ブランドWEBサイト (<https://sakai-kitchen.jp>)を確認すること。

4 履行期間

契約締結日から令和9年3月31日まで

5 業務内容

(1) 実演やワークショップ等の参加・体験型イベントを含む催事の実施

当ブランドのターゲット層の来場が見込まれる日本国内の主要都市圏や観光需要の高い地域に所在する商業施設等（来場者数が催事期間中5万人以上が見込まれる施設を想定）において、催事を4回以上、4か所以上で実施すること。各会場では、令和8年4月中に市と協議の上決定した内容に基づき、展示・販売を行うとともに、少なくとも2日間は実演やワークショップ等の認定商品や堺の伝統産品の魅力が伝わる参加・体験型のイベントを実施すること。

参加・体験型イベントの実施期間中は、当ブランドの説明、来場者対応、外部ゲスト、認定事業者等の出演者との連携等を円滑に行うための人員を常時1名以上を会場に配置すること。

催事にかかる場所代、装飾代、什器代、送料、出演者への謝礼金・交通費などの費用は、すべて受注者の負担とする。展示・販売する認定商品については、事前に市の確認を受けること。また、催事の周知を目的として、2ページ・フルカラーのチラシ（電子データ）を作成し、納

品前に市の校正確認を受けること。

※催事の実施にあたっては、開催時期が重複しないよう配慮し、年間を通じて効果的な発信が行えるよう全体のスケジュールを調整すること。

催事での売上や購買層、来場者数などから販売傾向を読み取り、売れた（売れなかった）理由の分析結果を報告すること。（令和9年3月（予定））

なお、販売機会を提供する際やデータ分析をする際に、商品情報や売上情報など機密情報が含まれるためデータにはパスワードを付すなどの管理を徹底すること。

(2) メディア、インフルエンサー向けプロモーションイベントの実施

伝統製品の魅力を発信し、sakai kitchen〈堺キッチン〉の認知度を高め、ターゲット層への情報拡散を目的とするメディア関係者及びインフルエンサー等を対象とするプロモーションイベントを主要都市圏で1回実施すること。

イベントにかかる場所代、装飾代、什器代、送料、出演者、参加者等への謝礼金・交通費などの費用は、すべて受注者の負担とする。実施場所、イベント内容、参加者については、事前に市の確認を受けること。

※想定する参加対象者：ライフスタイル、グルメ、伝統工芸分野に関する発信実績のあるメディア関係者やSNSでフォロワー3万人以上のインフルエンサー5名程度を想定

(3) 当ブランド認知度向上にかかる広告

当ブランドの認知度向上を図るため、広告媒体としてインターネット検索エンジンやInstagram等を活用し、ターゲット層に効果的に情報発信を行うこと。

- ① WEBサイトへのアクセス数増加を目的とし、情報発信のタイミングや内容を工夫することで、継続的なアクセス増加を図ること。（目標ページビュー数（令和8年4月～令和9年3月）：150,000PV）

（参考）当ブランドWEBサイトのページビュー数（令和7年4月～12月）99,416 PV

- ② （1）の催事への集客、参加・体験型のイベントへの参加促進を目的とし、ターゲット層の関心を引く広告を実施すること。

いずれの広告も、催事の開催時期や内容と連動させることで相乗効果を得られるよう工夫し、掲載実績、効果測定、分析状況を概ね1か月ごとに報告すること。また、ページビュー数や来場者数の増加に向けた改善策がある場合は、速やかに実行すること。なお、本業務に係る広告経費は全体の10%以内とすること。（令和8年4月～令和9年3月（予定））

(4) 新規認定商品紹介に係る業務

- ① 堺市が認定する新規認定商品（3商品を想定）について、商品の魅力を伝える宣材写真の撮影、キャッチコピー及び商品説明文を作成し、認定後に市から依頼があった日から起算して2か月以内に（5）当ブランドWEBサイトに掲載すること。掲載前に市の確認を受けること。

- ② 新規認定商品を追加したブランドコンセプト、認定商品、堺の伝統産業の魅力が伝わる内

容で当ブランドリーフレットを日本語、英語でそれぞれ作成すること。(印刷時フルカラー B5 サイズ 20~28 ページの電子データ (PDF、ai ファイル)) 提出前に市の確認を受けること。
(令和 8 年 11 月 (予定))

※①②ともに令和 8 年 9 月末までに認定された商品を対象とする。

(5) 当ブランド WEB サイト、Instagram 管理・運営にかかる業務

- ① 当ブランド WEB サイト、Instagram (ユーザーネーム: sakai_kitchensselection) の管理・運営を行うこと。サーバーの維持管理、更新に係る費用については、受注者の負担とすること。
- ② WEB サイトの更新について、催事等のお知らせ、認定商品情報の登録、変更、削除に関する内容を速やかに反映すること。認定商品について、堺伝匠館オンラインショップ (<https://www.emallsakai.com/>) 商品購入ページへのリンク設定等、購入に至る導線の整理を行うこと。その他、発注者の指示に応じて、速やかに当ブランド WEB サイトの更新を行うこと。なお、日本語、英語対応を行うこと。
- ③ WEB サイト、Instagram において、ターゲット層やメディア関係者から関心が得られる発信コンテンツをそれぞれ制作し、発信すること。
※想定する発信コンテンツ：催事情報、認定商品の使用シーンや使い方、認定商品・事業者の紹介、その他堺の伝統産業の魅力が伝わる内容など
Instagram における投稿は写真・ストーリーズ・リール動画等を用いて月 2 回以上の頻度で継続的に実施すること。
- ④ 業務に必要な各種ハードウェア・ソフトウェアについては、適宜維持管理・監視・セキュリティ対策を行うこと。
- ⑤ 当ブランド WEB サイトへの不正な侵入、システムの停止及び障害の発生を予防し、障害発生時の影響を最小限に食い止めるため、十分なセキュリティ対策を講じること。
- ⑥ 当ブランド WEB サイトのアクセス件数、経路、来訪者のユーザー層等についてアクセス解析を行い、また情報発信効果について分析を行い報告すること。
- ⑦ 本業務に関し、本履行期間終了後、本市が継続して本業務を遂行できるようにするため、業務引き継ぎに伴うシステム移行等に必要な構成要素 (ページやコンテンツ等) を円滑に提供できるようにすること。また、サーバー、ドメイン管理等について次期受注者へ円滑な引継ぎを行うこと。なお、移行用のページやコンテンツ等の提供に係る費用は本契約に含まれるものとする。

6 成果品

成果品は次のとおりとする。

- (1) 催事を周知するチラシ (5 業務内容 (1) を参照) 催事実施日の遅くとも 1 か月前までに電子データ (PDF ファイル) を提出すること。
- (2) 商品撮影データ、ブランドリーフレット電子データ (PDF、ai ファイル) (5 業務内容 (4) を参照)

(3) 報告書

令和9年3月31日(水)までに以下ア〜ウの報告書を電子データにより市へ提出すること。
報告書には実施した写真を添付するなど履行が確認できる内容とすること。

ア 情報発信効果に関する報告書 1部

- ・当ブランド WEB サイトのアクセス解析による情報発信効果分析 (5 業務内容(5)当ブランド WEB サイト、Instagram 管理・運営にかかる業務⑥を参照)

イ 実演やワークショップ等の参加・体験型イベントを含む催事に関する報告書 1部

- ・選定した商品の売上及びその分析 (5 業務内容(1)を参照)

ウ メディア、インフルエンサー向けプロモーションイベントに関する報告書 1部

- ・参加者の SNS 投稿内容 (URL、投稿日時がわかるスクリーンショット画面等)、投稿のエンゲージメントデータ (リアクション数、リーチ数等)、メディア掲載記事 (媒体名、掲載日、URL 等) (5 業務内容(2)を参照)

エ 業務全体の報告書 1部

- ・実施した内容に関する報告、総評
- ・本業務を通じて分かった堺の伝統製品の強み・弱みの分析
- ・次年度以降に向けての改善提案

7 その他

- (1) 本業務の履行に際し疑義がある場合は、予め必ず市の指示を受けるものとする。
- (2) 受注者はこの契約に関し業務上知り得た事項を漏らしてはならない。本契約の終了または解除後も同様とする。
- (3) 受注者は当ブランド認定事業者と随時連絡・調整を行い、事業を進めること。
- (4) この契約に基づく業務の履行にあたっては、個人情報の保護に関する法律、堺市情報セキュリティポリシーのほか、関係する法令等を遵守すること。
- (5) 委託業務により作成された資料や成果物については、本市に著作権を無償で譲渡することとし、そのデータについては本市が作成する WEB サイトや印刷物等に自由に使用できるものとする。また、委託業務のために作成した関連資料については、本市の求めがあれば提供すること。
- (6) その他契約書及び仕様書に定めのないものについては、その都度、双方協議し、誠意をもってこれにあたるものとする。

暴力団等の排除について

1. 入札参加除外者を再委託先等とすることの禁止

- (1) 受注者は、堺市契約関係暴力団排除措置要綱に基づく入札参加除外を受けた者又は同要綱別表に掲げる措置要件に該当する者を、再委託先並びに受注者及び再委託先の資材、原材料の購入契約その他の契約の相手方（以下「再委託先等」という。）としてはならない。
- (2) これらの事実が確認された場合、本市は受注者に対し、当該再委託先等との再委託契約等の解除を求めることができる。

2. 再委託契約等の締結について

受注者は、再委託先等との再委託契約等の締結にあたっては、契約締結時には本市の契約約款に準じた暴力団排除条項を加えることとする。

3. 誓約書の提出について

- (1) 受注者は、堺市暴力団排除条例第8条第2項に規定する暴力団員又は暴力団密接関係者でない旨の誓約書を提出しなければならない。ただし契約書の作成を省略する契約の場合、もしくは受注者が国若しくは地方公共団体その他公共団体又は本市の外郭団体である場合はこの限りでない。
- (2) 受注者は、再委託先等がある場合には、これらの者から堺市暴力団排除条例第8条第2項に規定する暴力団員又は暴力団密接関係者でない旨の誓約書を徴して、本市へ提出しなければならない。
- (3) 受注者及び再委託先等が当該誓約書を提出しない場合は、入札参加停止を行うものとする。

4. 不当介入に対する措置

- (1) 受注者は、この契約の履行にあたり、暴力団員又は暴力団密接関係者から、暴力団を利することとなるような社会通念上不当な要求又は契約の適正な履行を妨げる行為（以下「不当介入」という。）を受けたときは、直ちに本市に報告し、警察に届け出なければならない。
- (2) 受注者は、再委託先等が暴力団員又は暴力団密接関係者から不当介入を受けたときは、直ちに本市に報告し、当該再委託先等に対して、警察に届け出るよう指導しなければならない。
- (3) 本市は、受注者が本市に対し、(1) 及び (2) に定める報告をしなかったときは、堺市暴力団排除条例に基づく公表及び入札参加停止を行うことができる。
- (4) 本市は、受注者又は再委託先等が不当介入を受けたことによりこの契約の履行について遅延等が発生するおそれがあると認めるときは、受注者が(1) に定める報告及び届け出又は(2) に定める報告及び指導を行った場合に限り、必要に応じて履行期間の延長等の措置をとるものとする。

