

デジタル世代に向けた冬の域内ファミリー周遊回復事業
(国内デジタルマーケティング誘客推進事業) 委託業務仕様書 (案)

1 趣旨

新型コロナウイルス感染症（以下「コロナ」という。）の拡大前、本県の宿泊観光客は、県内在住者が3割超、県内と東北地方を併せると、全体の半分以上を占めるなど、県内及び東北地方にかけての観光需要の依存度が極めて高かった（宮城県観光統計概要）。

コロナの影響により落ち込んだ国内誘客の回復に向けては、県内及び東北地方の域内観光（以下「域内観光」という。）に向けた効率的かつ効果的なプロモーションを実施し、その活性化を図ることが重要である。

今回、プロモーションを実施する上で、今後、国内旅行のメイン層が現在のシニア世代から、20歳代から40歳代に変化するとも言われており、デジタルに慣れ親しんだ世代に対応したプロモーションの必要性がより一層高まることも踏まえ、本事業では、デジタルマーケティングの手法を活用することとする。

2 ペルソナ（誘客モデル）

本業務では、1の趣旨を踏まえ、次のペルソナ（誘客モデル）を設定し、プロモーションを展開する。

「既に宮城は知っているから、隣県で遊びたい」「冬のアウトドアを楽しみたい」と考えている宮城県又は東北地域に居住する20～40歳代のファミリー層

3 委託概要

- (1) 受注者は、本業務において、ペルソナへの最適なデジタルプロモーションの実施に資する調査、分析を実施すること。
- (2) その上で、ペルソナの心を動かす訴求力のある動画を制作するとともに、プロモーションに必要な編集等を必要に応じて実施すること。
- (3) 受注者は、発注者が指定するWEBサイト上にランディングページを設置し、効果的なプロモーション及び分析、効果測定が可能となるよう、発注者と協議の上、WEBサイト・ページの改修も必要に応じて実施すること。
- (4) 受注者は、動画広告配信等の手法を活用し、ランディングページへの流入を図るとともに、誘客施策に資する分析を実施すること。
- (5) リアルイベント等を通じた分析、効果測定を実施すること。

4 委託業務内容

(1) 市場マーケティング業務

イ ペルソナに最適なデジタルプロモーションを実施するため、必要な調査、分析を、効果的・効率的な手法により、実施すること。

ロ なお、デジタルプロモーションを展開する上で、次のキーコンテンツをベースとすること。

「キャンプ・グランピング等のウィンターアウトドア，スキー等のウィンタースポーツ，サウナ，伊豆沼・内沼の渡り鳥 等」

ハ ただし、企画提案の段階で、上記キーコンテンツとは別に、より本業務の趣旨に適い、効果が期待できるコンテンツを提案することも可能とする。

(2) デジタルプロモーション動画作成業務

イ 基本的な業務内容

- (イ) 設定したペルソナを踏まえた動画を1本以上制作すること。制作する動画はパソコン、タブレット及びスマートフォンからの視聴を想定したものとすること。
- (ロ) 没入間のある美しい映像を作成し、見る者の旅情を最大限引き出すものとすること。
- (ハ) 映像を制作するための最新鋭の専用機材や映像技術を十分に活用し、撮影場所、時間、クリエイター、出演者、音響、特殊効果等を工夫することとし、これらを使用する際に必要となる一切の調整及び許認可等の諸手続は、受注者が行うこと。
- (ニ) 動画広告の実施の際には、上記動画を短縮し、広告に適したショートバージョン（15秒～30秒程度）の動画を作成すること。

ロ 言語・音響

- (イ) 動画タイトル等は、訴求する内容を的確に表現したタイトルデザイン及び制作した動画上への配置を行うこと。
- (ロ) 字幕やナレーション等の言葉を使用しない視覚的に訴求可能な動画を制作することを想定しているが、分析の結果として字幕やナレーション等を利用する手法が最適の場合はこの限りではない。
- (ハ) 動画の展開と音響の関連性を意識すること。

ハ 制作動画

- (イ) 動画テーマ、構成、動画の題材は、事前の市場分析及びペルソナ設定に資するストーリー性のあるテーマを設定し、発注者と協議の上、決定すること。

(ロ) 制作本数等

制作本数は完全版1本以上と広告実施用の短縮版を作成すること。また、ペルソナに的確に訴求できるものとすること。

(ハ) 動画再生時間

・完全版

3分程度を目安とし、発注者と協議の上決定すること。

・短縮版

30秒程度を目安とし、発注者と協議の上、決定すること。

(ニ) その他

本業務において目標とする動画視聴回数（後述）を達成するためには、動画そのものの訴求力が重要であり、特に動画再生の最初の5秒間を重視して制作に取り組むこと。

ニ その他

- (イ) 動画制作の提案にあたっては、新規撮影を原則とする。

- (ロ) なお、実施時期や実施期間により撮影困難な場面を活用する必要がある場合、発注者と協議の上、既存の動画データ等を取得することを認めることとする。
- (ハ) 動画制作に当たり必要となる経費は、全て事業費に含むこととする。
- (ニ) WEB サイトや YouTube 等の動画共有サービス（以下「動画共有サービス」という。）で再生可能なファイル形式とする。

(3) 動画広告等による WEB サイトへの誘導等

イ 基本的な業務内容

- (イ) 発注者や受注者が保有する動画及び上記（2）で制作し動画共有サービスに掲載している動画について、話題性・拡散性等を確保するため、動画広告等の実施により本県サイト等へと誘導すること。
- (ロ) 本業務において、本県が指定する WEB サイトは次のとおりとする。

宮城県観光連盟 WEB サイト

「仙台宮城の観光・旅行情報サイト 宮城まるごと探訪【公式】（miyagi-kankou.or.jp）」

- (ハ) 本業務の実施にあたり、本県サイト・ページの改修等が必要となる場合には、発注者及び宮城県観光連盟と協議することとする。

なお、改修等を行う範囲は、ランディングページの設置、設定及びサイト内流動の促進に資する範囲とし、本業務の分析、効果測定に直接関係のない WEB サイト本体の改修は想定していない。

- (ニ) 広告プラットフォームは、ペルソナへの到達確度の高いメディアを選択するものとし、目的に応じた最適な配信方法や配信回数を目安とともに、発注者と協議の上、決定すること。
- (ホ) 選択したプラットフォームに広告を最適化するための動画の編集や画像の作成についても実施すること。
- (ヘ) 広告からの本県サイト流入の計測や見込み客の分析を行うため、広告のリンク先 URL にパラメータ等を設定して見込み客リストを蓄積し、広告と両県サイトの Google Analytics との連携設定等を適切に行うこと。
- (ト) 動画共有サービスのアカウントについては、発注者又は宮城県観光連盟から提供する。
- (フ) 広告を配信するために必要な設定を効果的に実施し、広告の実施状況を確認するための閲覧権等を発注者に付与すること。

なお、広告プラットフォームの性質上、上記の閲覧権を付与できない場合は、その対応策について、発注者と協議の上、決定すること。

- (リ) 動画広告等の配信時期については、提案事項とし、詳細については、発注者及び宮城県観光連盟と協議の上、決定すること。

ロ 配信方法

- (イ) 動画共有サービスに掲載している動画がインターネット上でペルソナに効果的に視聴されるよう、広告手法はターゲットへの的確なリーチを考慮し、スキップ対応可能な手法を取り入れる等工夫すること。

(ロ) 「Call-to-Action オーバーレイ^{※1}」等効果的な手法を活用してランディングサイトへの誘導を図ること。

(ハ) 「ビューアビリティ^{※2}」「アドフラウド^{※3}」「ブランドセーフティ^{※4}」等の広告価値毀損の課題について、確実な対策を行うこと。

ハ 目標 KPI

(イ) 本事業の趣旨に資する目標 KPI を複数設定すること。

(ロ) 目標 KPI を達成した場合も、予算の限り事業効果の最大化を目指して事業を継続すること。

(ハ) 本契約の締結時に予見し得なかった事情の変更などが生じた際には、甲乙間の協議により本契約の一部を変更して本契約を継続する。

(4) 効果測定及び報告業務

イ デジタルプロモーションのゴールとなるリアルイベントの実施やコンテンツ先の集客効果の測定を実施すること。方法については、デジタル、非デジタルの方法によらず、デジタルプロモーションの効果測定が効果的に実施できるものとする。

ロ 本業務について、広告の表示回数、動画の視聴回数、視聴者の属性（年齢、地域、特性等）や動画からのサイト誘導状況等を分析しながら事業の中間状況に応じてターゲティングの変更、絞り込み等改善策を発注者と協議の上、実施すること。

ハ 広告の実施状況を確認するための閲覧等で得られる事業の成果指標全般について、発注者で基本的な分析手法を理解するため、仕組み、操作、見解等についてのレクチャーを実施し、それらを取りまとめたマニュアルの作成を行い、広告配信完了後に速やかに提出すること。

ニ 広告配信完了後に、事業の分析結果及び今後の展開についての改善提案を盛り込んだ「分析結果報告書」を、速やかに提出すること。

ホ ブランドリフト調査^{※5}等により、広告配信による本県の認知及び関心等の向上へ与えた影響について、より適切な調査方法を提案し、広告配信完了後に、速やかに報告すること。

なお、調査手法等については、発注者と協議の上決定する。

ヘ 上記各種調査の実施に当たっては、その具体的方策について、発注者と協議の上、決定すること。

5 留意事項

(1) 本業務に当たっては、関係法令を遵守し、発注者と協議を行いながら適正に履行すること。

(2) 本業務の実施に際して知り得た秘密を他に漏らしてはならない。また、業務終了後も同様とする。

※1 Call-to-Action オーバーレイ：動画再生画面で指定した外部サイトへのクリックを促す設定。

※2 ビューアビリティ：広告が実際に閲覧可能な状態で表示されているか。

※3 アドフラウド：広告が「機械」ではなく、「人」に対して表示されているか。

※4 ブランドセーフティ：広告が適切なサイトやコンテンツに表示されているか。

※5 ブランドリフト調査：広告に触れた人と触れなかった人に分け、前者が後者より効果が上がったかどうかを図る調査。

- (3) 業務実施のための個人情報の取扱いについては、個人情報保護条例（平成8年宮城県条例第27号）を遵守しなければならない。

6 その他

- (1) 事業完了後、速やかに業務完了報告書を作成し、発注者に提出すること。
- (2) 事業の実施に当たっては、発注者のデジタルプロモーション業務全体に資するものとなるよう、可能な限り公平かつ専門的な視点で運営すること。
- (3) 本業務による成果品の一切の著作権は、完了検査を以て全て発注者に帰属するものとし、また、発注者は本業務の目的物を、自ら使用するために必要な範囲において、随時利用できるものとする。
- (4) 成果品については、第三者の知的財産権を侵害していないことを保証すること。
- (5) 第三者が有する知的財産権の侵害の申し立てを受けたときには、受注者の責任（解決に要する一切の費用負担を含む。）において解決すること。
- (6) Google Ad 等を利用する場合等、各種アカウント作成時には、内容について発注者の承認を得ること。また、カスタマーID と閲覧するためのパスワードを設定する場合は、発注者に開示すること。
- (7) 本業務の再委託は原則認めない。ただし、再委託先ごとの業務内容、再委託先の概要及びその体制と責任者を明記の上、事前に書面にて報告し、発注者が承諾した場合はこの限りでない。
- (8) 本仕様書に定めの内事項及び本仕様書に定める内容について疑義が生じた場合は、発注者と受託者が協議の上決定することとする。
- (9) 上記に関わる、明示のない事項であっても、社会通念上当然必要と思われるものについては本業務に含まれるものとする。

7 目的物（成果品）

(1) 提出物

実績報告書（A4判） 紙媒体2部及び電子媒体（CD-ROM）2枚
制作した動画及びバナー画像を収めたDVD-ROM2枚

※動画については、リエディット可能なマスターデータ及びMPEG-4形式及び動画素材。

(2) 提出場所

宮城県経済商工観光部 観光プロモーション推進室誘客推進第二班

〒980-0875 宮城県仙台市青葉区本町3-8-1

(3) 提出期限

令和4年3月25日（金）※ただし、令和4年1月を目安に中間報告を行うこと。

8 統括責任者

受注者は、本業務の実施に当たり、十分な経験を有する者を統括責任者として定めなければならない。また、企画提案時点で確約するものとして、原則として変更できないものとする。

9 提出書類

委託契約書に定めるもののほか、次の各号に掲げる書類を提出しなければならない。

(1) 各業務完了後に速やかに提出するもの

効果測定及び報告業務における分析手法説明書、分析結果報告書、ブランドリフト調査結果

(2) 事業完了後に速やかに提出するもの

イ 業務完了報告書

ロ その他発注者が業務確認に必要と認める書類

