

宮城県戦略的の魅力発信事業 企画提案募集仕様書

1 委託業務の名称

宮城県戦略的の魅力発信事業

2 履行期間

契約締結日から令和5年3月25日まで

3 業務の目的

県内外に向けて観光、食、移住定住、震災復興等、宮城の様々な魅力を総合・横断的に広報することで、県外者には宮城ブランドの向上、県内者には地元への愛着心の形成など、本県が持つ魅力の認知度向上により「宮城のファン」を獲得し、更には興味・関心を喚起することで具体の行動変容を図る。

延いては関係人口・交流人口の拡大を通して、将来に渡り活力あふれる宮城県を実現することを目的とする。

4 期待する効果

(1) 宮城県の魅力の認知度向上

宮城県の魅力情報の発信ベースとして、県の事業担当部署が持つ既存の専用コンテンツを含む宮城にまつわる様々な魅力情報に誘導し、本県が持つ魅力の認知を広げ、向上させる。

(2) 宮城県に対する行動変容の喚起

認知を得たターゲットに対し、「買いたい」「訪れたい」「体験したい」「住みたい（住み続けたい）」といった行動の興味・関心を喚起することで、行動変容を促す機運を醸成する。

<事業の全体イメージは別紙3参照>

5 委託業務の内容

3、4に定める業務の目的等の達成のために、企画提案募集要領第2に記載の事業費（委託上限額）の範囲内で、さまざまな広報手法の中から、効果を最大化する効率的かつ効果的な手法を戦略的に選択し、実施する。

なお、詳細は以下6で提案を求める。

6 提案すべき内容

宮城県を取り巻く現状・課題等を分析の上で、広報展開のコンセプトや構成（手段）のほか、ターゲット（年齢等の属性や地域等）、媒体、時期、回数等を戦略的に選択し、その根拠とあわせて提案すること。

また、効果検証のための指標及びその目標値も、根拠とあわせて提案すること。

なお、以下の(1)～(6)の条件に基づき提案すること。

(1) 発信する情報（コンテンツ）は、観光地、農林水産物、食、文化、自然、移住定住、震災復興等の中から、特定の分野に偏ることなく、宮城が誇る様々な魅力を適切に捉えた上で、トレンドを意識し、インパクトを持たせるなど、興味・関心を引き付ける工夫をこらし、誘引性を持たせたものとする。

(2) インターネットが普及・拡大している環境などを考慮し、構成（手段）の一部には、デジタル媒体を活用すること。

別紙1

- (3) 構成(手段)の一つとして、認知を広げる方策を実施すること。
＜例＞ウェブ広告、SNSによる情報発信、紙媒体PR、マスメディアの活用、街頭広告等
- (4) 構成(手段)の一つとして、興味・関心を深め、行動変容を促すPR企画を実施すること。実施に当たっては、一方向の発信ではなく、例えばユーザー側が利用・参加できるような、インセンティブを与える仕掛けや工夫を取り入れること。
＜例＞タレント・インフルエンサーの起用、プレゼント企画、ユーザー参加企画(投稿、オンラインイベント等)、リアルイベント等
- (5) 効果検証のための指標については、分析・評価の上で、結果を本業務の改善に活用できるものとする。また、目標値については、アウトプット及びアウトカム指標を設定し、意欲的かつ実現性があるものとする。
- (6) その他
- ア 県組織の中での本業務の役割を意識し、各事業担当部署が持つコンテンツとの重複や競合は避けるとともに、相互に活用、連携する等相乗性のある関係とすること。
- イ ウェブサイトを運用する場合は、県のウェブサイトCMS「CMS-8341」で動作するものとし、別紙4「宮城県ホームページ制作外部委託手順書」、別紙5「宮城県ホームページ制作ルール」に基づき制作し、発注者の管理下において、発注者のサーバー上で公開すること。
ウェブサイトの各ページは、日本工業規格 JIS X 8341-3:2016 に基づき定められた「宮城県公式ウェブサイト ウェブアクセシビリティ方針について」に基づき作成すること。(https://www.pref.miyagi.jp/soshiki/kohou/accessibility.html)
なお、詳細な資料については、契約後に発注者から提供するものとする。
- また、ウェブサイトの制作及び公開には、県で委託するCMS業者の作業が発生することから、その費用は事業費から支出すること。
- ウ 本事業に関して広告を掲載する際は、別紙6「宮城県広告掲載等基準」に準拠するとともに、展開前に発注者に掲載する媒体・内容を確認すること。場合によっては公開を差し止める可能性がある。

7 契約条件

- (1) 本事業にかかる経費は企画提案募集要領第2に記載の事業費から支出すること。
- (2) 業務に必要な資機材は、受託者が用意すること。