

**令和7年度戦略的プロモーション事業
プロモーション企画・実施及びコンテンツ制作・発信業務仕様書**

1 業務名

令和7年度戦略的プロモーション事業プロモーション企画・実施及びコンテンツ制作・発信業務

2 業務目的・概要

県内経済の後押し、施策全体の底上げにつなげるには、まずは多くの人に本県の魅力を認知してもらう必要があります。ターゲットや訴求内容を意識しながら情報に埋もれないアピール力やインパクトのある情報発信を行うことが重要である。

このため、岡山県のブランド力強化につながるコンテンツ制作及び年間を通じた効果的な情報発信等による戦略的なプロモーションにより、首都圏をはじめとした日本国内に岡山県の魅力を浸透させ、地域の活性化につなげるとともに、観光誘客、県産品の売上向上等への支援を行う事を本事業の業務目的とする。

(参考) 第3期おかやま創生総合戦略修正案 抜粋 (<https://www.pref.okayama.jp/page/951758.html>)

[プランに掲げている岡山の個性と優位性]

- ・ひと・ものが行き交う優れた拠点性
- ・温暖な気候に恵まれた「晴れの国」
- ・三大河川をはじめとする豊かな自然環境
- ・ものづくりをはじめとした優れた産業集積
- ・恵まれた観光資源
- ・国内外に誇る高品質な農林水産物
- ・豊かな文化とスポーツに親しめる環境

[岡山が10位台までに入るポジティブデータ] (101の指標からみた岡山県 令和6年版 抜粋)

- 降水量1mm未満の日数 [1位]
- 都道府県立図書館個人貸出数 [1位]
- 平均寿命(女) [1位]
- 大学短大数(人口10万人当たり) [3位]
- 美術館数 [6位]

3 業務期間

令和7年4月1日～令和8年2月28日

4 契約限度額

28,000,000円(消費税及び地方消費税を含む。)

5 業務内容(企画提案)

首都圏を中心に全国へ岡山県の魅力を発信するプロモーションを実施することとし、業務目的を達成するためのコンテンツ制作及び発信に関する企画等の業務一式を提案すること。

なお、業務に必要となる経費は、全て当初の契約金額に含むものとすること。(契約限度額を超えて追加費用を要するものは今回の提案書に記載しないこと。)

(1) プロモーション

地域特性等を踏まえた魅力的なプロモーションを展開すること。

なお、受託者において、媒体の選定・契約・企画・制作・取材対応等の業務全般を行うこととし、必要に応じて、県と協議すること。

ア ターゲット

- ・業務目的を達成するために最適なターゲット層を提案し県と協議の上で決定すること。
- ・本事業の主な訴求対象は岡山県外在住者であるが、岡山県民が当事業の目的を理解・共感することができるような、仕掛けやイベント等の実施も検討すること。

イ 実施時期

- ・年間を通じての事業であり、期間中に複数回、話題を喚起できることが望ましい。
- ・観光や果物等岡山県の素材を最も効果的に情報発信することを念頭に、実施時期を工夫すること。

ウ メディア

- ・最も効果的な情報発信となる、メディア・手法を組み合わせる提案すること。
- ・パブリシティやソーシャルメディアなどを視野に入れた話題づくりの仕掛けも提案すること。
- ・特に、県公式 SNS (X、Instagram) の積極的な活用を提案すること。フォロワー数を増加するための工夫がある場合は説明すること。
- ・県公式 SNS を活用してキャンペーン等を実施することも可能である。その際、抽選手続きが必要な場合には、県が抽選を行うのに必要な応募アカウント一覧等の作成は受託者において行い、県に提供すること。

エ イベント等

- ・PR イベントや記者発表会等を行うことができること。
- ・実施にあたっては、事前に県に案を提出し、内容を協議の上で決定すること。

オ 広告

- ・展開する媒体について、種類、場所、素材、出稿方法等を記載するほか、その趣旨及び効果を記載すること。
- ・事業目的、評価指標を達成するために必要な広告費を見込むこと。
- ・デジタル広告を実施する場合は、別紙1「デジタルプロモーション実施時における留意事項」により実施すること。また、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、地域等）やサイトへの誘導状況を分析しながら、状況に応じてターゲティングの変更等の改善策を提案すること。
- ・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を本県に付与すること。付与することが難しい場合は、別対応策を示すこと。
- ・広告価値毀損の課題「ビューアビリティ」「アドフラウド」「ブランドセーフティ」については、岡山県に対する透明性を確保の上、確実な対策を行うこと。

(2) コンテンツ

本県の強みを活かしたコンテンツを企画及び制作すること。

プロモーションにコンテンツを活用する場合は、5 (1) アのターゲットに適した内容となるよう留意すること。

ア 動画

動画を制作・活用する場合は、次の点に留意のこと。

○テーマ

- ・岡山県ならではのアピール力の高い地域資源等を活用した、本県の認知向上や訪問意欲の喚起等に資するものとする。
- ・本県の魅力や良いイメージがストレートに伝わり、他の動画コンテンツに埋もれないような工夫を図ること。
- ・実施においては、県と受託業者が協議の上で内容を決定する。必ずしも提案のとおりとはならない点に留意すること。

○動画の長さ

- ・配信する媒体を考慮の上、最適な再生時間を提案し、県と協議の上で決定すること。
- ・長さが3分を超える場合は、視聴者維持率向上の工夫を提案すること。

○その他

- ・動画制作の提案に当たっては、新規撮影を原則とすること。
- ・動画のファイル形式は、一般的な動画共有サービスで再生可能なものとする。
- ・動画は、県公式 YouTube チャンネル (8092 チャンネル) で必ず配信することとし、チャンネル登録者数を増加するための工夫がある場合は説明すること。
- ・動画を上記の県公式 YouTube チャンネル以外のソーシャルメディアで配信することが業務目的を達成するうえで有益であると考えられる場合は、その内容を提案すること。

イ ウェブサイト

- ・業務目的達成のために必要な数のウェブサイトを制作すること。
- ・閲覧者が興味・関心を持ち、必要な情報を取得しやすいような、具体的な工夫と狙いを提案すること。
- ・ドメインとサーバは県が用意し、SSL 暗号化通信を行う環境も県が整えること。
- ・ウェブサイトを制作する際には、案を事前に本県に提出し、了承を得ることとする。
- ・制作したウェブサイトは、県が指定するサーバーに受託者が公開すること。
- ・Google Analytics (GA4) によりアクセスログを取得し、ログの照会が可能であること。
- ・一般的なブラウザで支障なく閲覧可能なものとする。
- ・スマートフォン、タブレット及びPCによる動作確認を実施し、各デバイスに最適化された表示がされるよう確認すること。
- ・サイトを制作及び改修した場合のサイトデータ等について、契約期間満了後、県に引継可能な仕様とすること。

ウ その他のコンテンツ（上記ア・イ以外の全て）

- ・ポスター等の制作を提案する場合は、狙いと効果を説明すること。

エ その他（著名人の起用）

- ・著名人を起用する場合は、企画上の必要性などを説明すること。
- ・著名人の起用を提案する場合は、その交渉状況を説明すること。
- ・必要となる調整等は受託者自身で行うことを原則とするが、必要に応じて県と協議すること。

(3) 事業の評価指標の設定

- ・本事業の効果測定のため、評価指標を設定し、提案すること。

(評価指標の例)

都道府県魅力度ランキング	認知度
動画コンテンツ	画再生回数
ウェブサイト	閲覧ユーザー数
県公式 SNS の フォロワー数	X (@okayama_8092) Instagram(@okayamapref_japan)

(4) PR 効果の調査、分析及び算定

- ・本業務を実施したことによる各種媒体での露出状況や特設サイトへのアクセス数、動画の再生回数等、PR（広告）効果を細かく調査すること。
- ・各種媒体への露出状況（テレビ、ラジオ、WEB、雑誌など）については、受託者において調査・把握すること。

(5) 他事業との連携

必要に応じて、県が行う「晴れの国おかやま」情報発信力強化事業、デジタルマーケティング (DM) コミット&キャッチアップ推進事業、関西圏をターゲットにしたプロモーション事業等と連携した情報発信を行うこと。

※メディアアプローチについては、県が「晴れの国おかやま」情報発信力強化事業受託者と協議する。

(6) 権利関係処理

業務を実施するに当たり、第三者が権利を保有する素材（タレント等の著名人、キャラクター、音楽等）の活用も可とする。その際には、権利保有者との交渉、契約締結、契約料の支払い、出演料、利用料、スケジュール調整、交通手段の確保等、その他付随する業務全般を実施すること。

利用権に期限がある場合には明示し、説明すること。その場合、利用期限は令和8年3月以降となることが望ましい。

(7) その他

- ・業務の進行に当たっては、効果的な体制（「6 制作体制」）を組み、定例会議（「8 定例会議等」）を行うなど、県との綿密な連絡体制を確保すること。
- ・県が求めた場合は実際の予算の執行状況を精算し報告すること。
- ・提案時に期間中の大まかなスケジュールを説明すること。

6 制作体制

- ・制作に当たっては、本業務の開始から終了までの間、事業実施方法や進捗状況の確認等、事業の円

滑な実施の為に十分な経験と技術力及び調整能力を有する技術者を従事させるとともに、事業内容を総合的に評価でき、かつ作業進行を適切に処理できる制作責任者を置くこと。

- ・県と綿密な連携を図りながら、業務が円滑に遂行できる体制をとること。
- ・本業務の遂行に先立ち、制作責任者、担当者等について、その所属、氏名、実務経験、本業務における役割等を県に提出し、承認を得ること。その提出書類はフォーマットを含め、受注者がすみやかに用意すること。

7 履行場所

受託者事業所内

8 定例会議等

- ・本業務を適正かつ円滑に実施するため、定例会議（2週間に1回程度）を開催し、スケジュールや企画内容、プロモーションの展開等を協議するほか、進捗確認や報告を行うとともに、必要に応じて県との協議を行うこととする。
- ・本業務に関係する企画書、計画書、実績報告など、県からの求めがあった場合は、速やかに対応し提出すること。

9 委託の条件

受託者は、本業務の実施に当たって、次の条件を遵守しなければならない。

- (1) 委託業務が完了したときは、速やかに業務実績報告書を作成し、報告しなければならない。
- (2) 委託業務の実施に必要とする機材等については、原則として受託者所有の機器を使用すること。

なお、委託事業の実施に当たり、取得価格が10万円以上の機械、器具又は物品の使用が必要となる場合、当該備品の調達方法については、特段の事情がない限り、賃貸借契約（リース又はレンタル）により整備すること。

やむを得ず、委託業務を実施するに当たって、備品の取得が必要な場合にあっては、取得する備品の取得価格又は効用の増加価格は50万円を限度とし、50万円を超える備品の取得はできないものであること。

- (3) 委託事業に係る会計関係帳簿等を整備し、委託業務完了後5年間保存すること。
- (4) 業務実績報告書の主な項目は次のとおり。詳細については県が指示する。

※書類及び電子データ（PDFではなく、使用したアプリケーションによる）が必要。

○イベント実施、PR素材制作を行った場合に作成した書類及び電子データ

- ・記録写真
- ・イベント実施に関して計画した書面（進行表、コンテ、台本等）及び電子データ
- ・サイトを設置した場合の画面及びサイトアップのために制作したデータ

○精算書

○広告換算額（県が指示した場合）

10 精算

- (1) 本業務は、契約時に定めた契約金額を上限としてその範囲内で実施するものとする。
- (2) 本業務が終了した時点で、実施経費の精算を行い、県の確認を経た上で額を確定し、経費の請求を行うこと。

11 著作権等

- (1) 動画・画像など制作物の著作権は、すべて県に帰属するものとする。
また、動画共有サイトへのアップロード以外に二次使用することがある。
- (2) 著作権・肖像権等に関して、権利者の許諾が必要な場合は、受託者は必要な権利処理を行うものとする。その場合、第三者の所有する著作権などにより使用期限や目的の制限がある場合は、事前に県に相談の上処理し、結果を明示すること。
- (3) 作成したアカウント及びそれらに掲載されているコンテンツは、期間満了後は、県に引き継ぐこととする。アカウント情報などは、県の求めに応じて提供すること。

12 秘密保持

- (1) 事業者から県に提出された提案書等は、本業務における契約予定者の選定以外の目的で使用しない。
- (2) 本業務に関して、受託者が県から受領又は閲覧した資料等は、県の了解なく公表又は使用してはならない。
- (3) 受託者は、本業務で知り得た県及び事業者等の業務上の秘密を保持しなければならない。

13 その他

- (1) 受託者は、当該業務の遂行方法等について不明な点が生じた時は、その都度県と協議の上、業務の円滑かつ適切な実施に努めるものとする。
- (2) 岡山県は、受託者に対し、必要に応じ業務の状況について報告を求めることができるものとする。
- (3) 提案に当たっては、実現可能性のある提案とすること。
- (4) 必ずしも提案の内容を実施するとは限らない。実施に当たっては、県と協議を行い、決定していくものとする。

<評価基準>

	評価項目	配点
技術提案書	1 業務目的・概要や目標について十分に理解した上での提案内容となっているか。	5
	2 提案内容に具体性、妥当性、実現可能性があり、優れているか。	20
	3 プロモーションを実施する際のターゲットの分析・設定が適当で、コンテンツが魅力的でアピール力の高いものとなっているか。	25
	4 話題性を高めるための工夫を盛り込んだ、ターゲットに広く認知されるためのプロモーションの手法が提案されているか。	20
	5 広告や事業などの効果測定・分析について適正な業務成果を示すことができるか。	10
	6 委託事業実施体制、手順、人員配置計画等の体制が十分かつ信頼性が高く、効果的な情報発信が期待できるものとなっているか。	10
	7 当該事業類似事業の実績はあるか。	5
見積書	8 経費見積書の内容は妥当であるか。	5
合計		100

(別紙1)

デジタルプロモーション実施時における留意事項

岡山県総合政策局公聴広報課

岡山県と受託者で協議の上、以下の業務を行うこと。

1 Google Analytics のアカウント管理に関する業務

- (1) 本業務用に導入した Google Analytics 又は各事業担当課で導入している Google Analytics (以下「本業務用 Google Analytics」という。) 上で、本事業における目標設定を行うこと。また、最終レポートにてその結果について、要因・改善策を必ず記載すること。
- (2) 各種アカウント作成時には、内容について岡山県の承認を得ること。また、本事業において作成したアカウントについては、事業完了後に一切の権利を岡山県に譲渡すること。

2 岡山県 Google タグマネージャーの管理に関する業務

- (1) 本事業に関連するウェブサイトには、各種計測タグ、リターゲティングなどの施策に関わるタグを導入する際は、岡山県が別途指定する「岡山県 Google タグマネージャー」を活用し、その管理を行うこと。
- (2) 受託者は、施策におけるタグ活用が確実に行われるよう、「岡山県 Google タグマネージャー」でのタグ、トリガーアクションの設定及びタグの発火テストを実施し、その内容を岡山県に報告すること。
- (3) 各種設定には、内容について岡山県の承認を得ること。また、「岡山県 Google タグマネージャー」での設定については、事業完了後に一切の権利を岡山県に譲渡すること。

3 適正なデジタルプロモーションの実施

- (1) 透明性確保、費用対効果の明確化のため、広告媒体原価と管理運用費は分けて見積もること。
- (2) 「本業務用 Google Analytics」で事業効果を取得するため、岡山県が別途指定するルールに基づき、各広告媒体タグのパラメータを設定及びデータの蓄積を行うこと。
- (3) 本事業に関連するウェブサイトには、同ウェブサイト内に岡山県が指定するリマーケティングタグを設定し、訪問者データを蓄積すること。なお、タグの設定は、原則として「岡山県 Google タグマネージャー」のテナン内で行うこと。

4 Google 広告を利用する場合

- (1) Google 広告運用を行う際は、岡山県公式の MCC (マイクライアントセンター) 及び「本業務用 Google Analytics」とリンクすること。
- (2) Google 広告アカウント及び「本業務用 Google Analytics」それぞれで、効果的と考えられるリマーケティングリストを設定し、岡山県公式の MCC と共有すること。
- (3) Google が提供する無料調査(「ブランドリフト効果測定」等)が利用できる場合には、岡山県とその調査項目等を協議の上、必要に応じて調査を実施すること。

5 SNS広告を利用する場合

- (1) 岡山県公式SNSのビジネスマネージャーや岡山県が別途指定するSNSページに広告アカウントをリンクすること。
- (2) SNS広告を展開する場合は、岡山県に対してアナリストの権限を付与すること。
- (3) ウェブサイト訪問者に対するSNSのリマーケティングの設定を行うこと。

6 動画制作・動画広告を実施する場合

- (1) 岡山県が今後もデジタルプロモーションを行うことを考慮し、動画視聴者のアクセス情報（動画視聴者リマーケティングリスト等）を蓄積すること
- (2) YouTubeを利用する場合は、作成した動画は岡山県が運営するYouTubeチャンネルへ掲載を行うこと。なお、YouTubeチャンネルへの掲載にあたっては、動画タイトル、動画説明文、タグ、カテゴリ、公開範囲及びサムネイル等の必要な設定を行うとともに、効果的なSEO対策を行うこと。
- (3) 動画視聴に関するデータを分析するため、又は効果的な広告手法を検討するため、Google広告を利用する場合はYouTubeチャンネルとGoogle広告アカウントをリンクさせること。