

令和7年度「岡山県多言語観光PR動画制作及びプロモーション事業」 業務委託仕様書

1 委託業務名

令和7年度「岡山県多言語観光PR動画制作及びプロモーション事業」業務

2 目的

大阪・関西万博や瀬戸内国際芸術祭などの好機を捉え、本県の多彩な観光資源を生かし、テーマ別にターゲットに合わせてストーリー性を持たせて発信する多言語観光PR動画を制作し、SNS等を活用し効果的にプロモーションを行うことにより、本県への誘客を促進するとともに、再訪日を見据え、本県の認知度及び好感度向上を図ることを目指す。

なお、ターゲット市場は、本県が重点市場として設定している6市場（台湾、韓国、中国、香港、タイ、欧米豪（フランス））とする。

3 契約期間

契約締結の日から令和8年3月13日まで

4 委託限度額

15,000,000円（消費税及び地方消費税を含む。）

※ただし、動画広告配信3,500,000円以上を必須とする。

5 業務内容

（1）実施計画の策定

ア 受託者は、契約締結後、速やかに本業務の実施計画（基本方針、コンセプト、事業計画及びスケジュール、実施体制等）を作成し、県に提出すること。

イ 実施計画には、上記2の目的を達成するため、岡山ならではの魅力をどのように発信し、観光誘客につなげていくのか、基本的な方針やコンセプトも含めること。

（2）多言語PR動画制作

岡山県の交通利便性を生かし、本県を拠点とする新たな旅のイメージを印象付けるとともに、テーマ別に本県の魅力を発信することによって認知度及び好感度向上を図ることで、本県への誘客促進や、万博への海外個人旅行者が再訪日を検討する際、旅の目的地として本県を想起するなど、旅行の動機形成につながるような動画を制作する。

ア 制作物

- ①大阪・関西万博開催期間広告用動画
- ②テーマ別動画
- ③総合版動画
- ④写真素材

イ 企画・実施時の留意事項

- ・ドローンなど、動画制作するための最新鋭の機材や映像技術を活用するなどして、視聴者の心を掴むような動画に仕上げること。
- ・ナレーション（必須ではない）やテロップについては、ネイティブチェックを行うこと。
- ・撮影場所、時間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調整、撮影許認可等の各種手続きは、受託者において行うこと。
- ・動画制作に当たっては、基本的に新規撮影を原則とする。ただし、季節や天候等の都合により撮影が難しい場合等には、受託者が所有している映像や借用映像を使用することも可とする。借用映像等を使用する際の手続き等は受託者において行うこと。なお、撮影に伴う経費（施設入場料 交通費等）は全て委託料に含まれる。
- ・BGM等の音楽素材の使用に関しては、基本的にオリジナルやフリー音源を使用するなど、著作権の問題が発生しないようにすること。著作権等の許諾が必要な場合は、手続き等を受託者において行うこと。
- ・出演者を起用する場合は、肖像権等の問題が発生しないものとし、権利処理等の手続きについては受託者において行うこと。また、ターゲット市場に合わせた出演者を起用するなど工夫すること。

（３）インターネット広告等の企画・制作・運用

（２）で制作した動画を効果的に周知するため、デジタルマーケティング手法を活用し、インターネット広告等の配信を行い、県が後日指定するウェブサイトへ誘導するとともに、インバウンド向け口コミやSNS投稿の促進につなげる。なお、メインターゲットは、大阪・関西万博の開催期間中は万博へ来場する訪日旅行客とし、終了後はターゲット市場で訪日旅行に興味関心がある層及び訪日中の旅行客とする。

ア 広告媒体

- ・広告は、ターゲットへの到達確度の高い媒体を選択するものとし、以下の広告の中から、費用対効果を考え、効果的かつ効率的な組み合わせにより配信を行うこと。
 - ①検索連動型広告（Google、Yahoo!JAPAN等）
 - ②ディスプレイ広告（Google ディスプレイネットワーク広告（GDN）、Yahoo!ディスプレイアドネットワーク（YDN）、Facebook 広告、Instagram 広告等）
 - ③動画広告（Youtube、LINE、Instagram、Facebook、X（旧 Twitter）等）
- ※カルーセル、レスポンス広告を含む
- ④その他有効な広告媒体
- ・本県の認知度及び好感度の向上を図るため、上記広告配信に加え、インバウンド向け口コミやSNS投稿の促進につながる効果的なプロモーションがあれば、独自提案として委託費内で提案すること。
- ・配信に当たってアカウントが必要な場合には、受託者が作成するものとする。
- ・選択した広報媒体には、（２）で制作した動画を使用することを基本とするが、必要に応じて、広告文、バナー、画像等の広告素材を作成すること。

- ・自治体が実施する事業の広告として、ふさわしくないウェブサイト等に配信されないよう配慮すること。

イ 実施時期及び対象地域

- ①大阪・関西万博開催期間中：関西圏
- ②動画完成後：ターゲット市場、首都圏及び関西圏
- ・広告媒体ごとに効果的な時期・期間について提案すること。

ウ 配信費用

- ・配信費用（情報発信媒体原価とし、配信管理費は含めない。）は、少なくとも 3,500,000 円（税込）以上を設定すること。
- ・透明性確保、費用対効果の明確化のため、情報発信費用のうち、情報発信媒体原価と管理運用費は分けて見積もること。

エ 効果測定

- ・デジタルを活用したプロモーションの効果検証及び分析を行うに当たり、適切に事業効果を把握できる指標（KPI）を設定すること。目標設定に当たっては、当該 KPI を設定した根拠及び目標数値、費用等を併せて明示すること。なお、目標 KPI を達成した場合も、予算の範囲内で事業効果の最大化を目指し事業を継続すること。
- ・KPI の設定に関して、技術提案参加資格確認申請書を提出期限までに提出した者へのみ参考資料（岡山県の多言語サイト <https://www.okayama-japan.jp/en/> のアクセスデータ、Youtube 動画 <https://www.youtube.com/@exploreokayama> 再生数等）を提供する。
- ・広告の表示回数、閲覧者の属性（国、年齢、性別、地域、特性等）を分析し、状況に応じて広告媒体の変更や絞り込み等を行い、必要に応じて県と協議の上、配信中の広告に反映すること。
- ・広告配信後、県の多言語観光サイトについて、Google アナリティクス等を活用した定量的・定性的な分析を行うこと。Google アナリティクスの分析項目を基本とするが、委託者と協議の上、分析項目の追加等に柔軟に対応すること。
- ・昨今の Cookie 規制の強化への対応策を検討すること。（例：リターゲティング以外の配信、計測ツールの工夫等）

オ デジタルマーケティング施策の運用に対するアドバイザー業務

デジタルマーケティングに関して十分な知識を有し、かつ、アドバイザー業務等の経験を有する者が、県のインバウンド施策に対し有益なアドバイス等を行うこと。

- ・インターネット広告等の企画・制作・運用に当たってのアドバイス（広告設定、配信、アクセス解析レポートの確認・分析及び広告運用の改善策や事業最適化等についての提案・助言相談対応）
- ・県が運営する多言語観光サイトや SNS 等の情報発信手法等に関するアドバイス
- ・新たな訴求コンテンツに関するアドバイス
- ・新しいデジタルマーケティング手法に関する情報提供
- ・その他、県のインバウンド施策推進に当たって有益と考えられるアドバイス

(4) 制作物及び仕様

ア P R 動画・大阪・関西万博開催期間広告用 (30 秒～1 分程度) 1 本

- ・万博開催期間にインターネット広告で配信するための動画。
- ・大阪から本県へのアクセス情報や岡山県の特徴的なスポット、グルメ等を紹介する。
- ・視聴した人が検索しやすいように、スポット名等の英語テロップを入れること。

イ P R 動画・テーマ別 (フル ver. (3 分程度)、ショート ver. (30～1 分程度))

原則 6 テーマ (× 2 言語) 以上

- ・Google トレンドや画像検索等のデータを用いた分析を基に、本県の観光資源の中からテーマを選定し、テーマ別に訴求力の高いターゲット市場を決定し作成すること。
- ・ターゲット市場の情勢、観光に対する意識などを調査・理解した上で、ターゲット市場の嗜好に合わせた動画となるよう工夫すること。
- ・各市場 1 テーマを原則とするが、嗜好に類似性がある市場をまとめることは可とする。なお、テーマ及び市場の組み合わせに当たっては、インバウンドマーケティングについて知見を有する者の意見を聴取することとし、県と協議の上、最終的に決定するものとする。
- ・テーマは「温泉」、「フルーツ」、「デニム」、「アート」、「刀」等、岡山県の強みが最大限生かせるものを選定すること。
- ・テーマに沿って県内に点在する観光資源をつなぎ、ストーリー性を持たせて発信することにより、「岡山でどんな旅ができるのか」を具体的にイメージできる動画を提案すること。
- ・動画のターゲット市場に合わせて、国内空港や近隣県の主要駅からの本県へのアクセスが分かるような紹介を冒頭に盛り込むこと。
- ・ショート ver. については、インターネット広告での配信を想定しており、配信時にスキップされないよう、冒頭でインパクトを与えるなど工夫すること。
- ・テロップ等については、英語及び動画がターゲットとする国の言語で作成すること。

ウ P R 動画・総合版 (フル ver. (3 分程度)、ショート ver. (1 分程度)) 各 1 本 (× 6 言語) 以上

- ・岡山県の交通利便性を生かし、岡山県を滞在拠点とした新たな旅のイメージが想起できるよう、アイキャッチな画像等を用いた紹介を盛り込むこと。また、県内観光地へのアクセス方法や、体験できる観光素材が視覚的に分かりやすい構成とするなど、本県の認知度向上及び訪問意欲を喚起する内容となるよう工夫すること。
- ・英語、簡体字、繁体字、韓国語、タイ語及びフランス語の字幕版をそれぞれ作成すること。また、スポット名等のテロップについても前記 6 言語でそれぞれ入れること。

※動画の構成は同一で問題ないが、各言語の字幕 ver. をそれぞれ作成することとなるため、最低限、フル ver. とショート ver. を各 6 パターン作成することとなる。

上記ア～ウ共通

- ・解像度等/アスペクト比は 16 : 9、フルハイビジョン (1920×1080) 以上を基本とするが、必要に応じて情報発信媒体に合わせたものも作成すること。

- ・再生時間については、提案する情報発信媒体に合わせて変更提案も可とする。
- ・単調な動画とならないよう、インパクトやアイキャッチを重視した動画とすること。
- ・視聴した人が興味を持ったスポットを検索できるよう、スポット名のテロップやエリア表示を入れるなど工夫すること。
- ・テロップ等について、英語＋ターゲット市場の言語で作成することを原則としているが、より効果的な手法があれば提案すること。

エ 写真素材

- ・動画撮影時において1スポット当たり、出演者あり・なし、それぞれ10カット以上の写真撮影を行うこと。
- ・2,000万画素以上のフルサイズ版デジタル一眼レフカメラを使用し、アスペクト比3:2で撮影し、必要に応じて色調整を行った静止画とする。
- ・ファイル形式/JPEG(サムネイル画像に撮影日、撮影場所等を明記した一覧表を併せて添付のこと)

(5) 納品

ア 成果物と納品形式

- | | | |
|---------------------------|---|-------------------------------|
| ①PR動画・大阪・関西万博用 | } | DVD-R (MP4/DVD-VIDEO) 納期毎に各5枚 |
| ②PR動画・テーマ別 | | |
| ③PR動画・総合版 | | |
| ④写真素材：DVD-R (サムネイル一覧印刷添付) | | 納期毎に各1枚 |
| ⑤事業実績報告書：データ及び紙媒体 | | 1式 |

イ 納期

- | | | |
|---------------------------|-------|---------------|
| ①PR動画・大阪・関西万博用 | | 令和7年7月下旬～8月中旬 |
| ②PR動画・テーマ別 (ショート ver.) 韓国 | | 令和7年9月末 |
| ②PR動画・テーマ別 (上記以外) | | 令和7年10～12月末 |
| ③PR動画・総合版 | | 令和7年10～12月末 |
| ④春・夏の素材及び季節を問わない写真素材 | | 令和7年9月末 |
| 秋の写真素材 | | 令和7年12月末 |
| 冬の写真素材 | | 令和8年2月末 |
| ⑤事業実績報告書 | | 令和8年3月13日 |

※詳細については県と協議の上、決定することとする。

ウ 納品場所

岡山県産業労働部観光課 (岡山市北区内山下二丁目4番6号)

(6) 実施体制及び効果検証等

ア 実施体制

事業の進捗状況を適宜県に報告する等、県との連絡を密に行うこととし、本業務の進捗を管理する総括責任者を1名配置すること。ただし、専任である必要はない。

また、本業務の実施に関する担当者を1名以上配置すること。ただし、専任である必要はなく、総括責任者との兼務は妨げない。

イ プロモーションの内容に応じて、効果検証方法を定め、実施すること。

ウ 受託者は、本業務完了後、速やかに業務の実施期間及び内容、効果検証等をまとめた「事業実績報告書」を作成し、データ及び紙媒体で提出すること。なお、効果検証は、発展性をもって実施し、5（3）オのアドバイザーの意見も踏まえ、今後の改善策の提案を含めた報告を行うこと。

6 留意事項

- （1）本業務により得られたデータ等、全てについて、本業務の目的以外に使用、流用等をしてはならない。
- （2）本業務で制作・納品された成果品を期間の制限なく無償で、インターネット、印刷物、DVD、講演・講習、放送番組等のあらゆる媒体、手段、手法により、公表（公開、配布、放送等）することができるよう、二次利用可能な権利関係に関する調整を行うこと。
- （3）本仕様書により制作された成果品の全ての著作権（著作権法第27条及び第28条の権利を含む。）は、全て県に帰属するものとする。
- （4）受託者は、県が認めた場合を除き、成果品に係る著作権人格権を行使できないものとする。
- （5）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。なお、第三者が有する知的財産権の侵害の申立てを受けたときには、受託者の責任（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）本業務の実施に伴い第三者との間に発生したトラブルに対しては、責任をもって対処すること。
- （7）県は、事業の趣旨に逸脱する行為が認められた場合は、契約の解除等をなすことができるものとする。
- （8）本業務の実施上知り得た情報については、秘密を保持するとともに、契約目的以外に使用してはならない。また、個人情報の保護については十分に注意し、流出・損失を生じないこと。
- （9）本業務を第三者に再委託してはならない。ただし、再委託先の業務内容、体制及び責任者を明記し、予め県に報告し承認を得た場合は、この限りでない。
- （10）その他、業務実施過程において契約内容に疑義が生じた場合、又は仕様書に定めのない事項については、県と受託者との間で誠意をもって協議し、決定するものとする。
- （11）委託業務の実施に要した経費は、帳簿及び全ての証拠書類を備え、他の経費と明確に区分して整理し、常にその収支の状況を明らかにし、委託業務の完了の日の属する年度の翌年度から起算して5年間これらを保管しなければならない。

多言語PR動画 制作物・仕様 一覧

●大阪・関西万博開催期間広告用

動画数	1 種（30秒～1 分程度）
ターゲット	大阪・関西万博来場の訪日外国人
字幕・テロップ言語	英語
内容の工夫	大阪からの本県へのアクセス情報、岡山県の特徴的な観光スポット、グルメ等を紹介する。 アイキャッチ、スポットが検索しやすいテロップ等
納期	令和 7 年 7 月下旬～8 月中旬（※詳細は県と協議の上決定）
その他	万博開催期間に行うインターネット広告での使用を想定（関西圏で配信）

●テーマ別

動画数	6 テーマ×2 種（フルver.（3 分程度）／ショートver.（30～1 分程度））×2 言語以上（英語＋ターゲット市場の言語）	
テーマ	原則 6 テーマ以上	例：温泉、フルーツ、デニム、アート、刀等
字幕・テロップ言語	2 言語以上／各テーマ（英語＋ターゲット市場の言語）	
内容の工夫	国内空港や近隣県主要駅（ターゲット市場により選定）から本県へのアクセス情報 テーマに沿って県内に点在する観光資源（テーマを主軸に周辺で楽しめる観光スポット、体験、グルメ等を紹介）をつなぎ、ストーリー性を持たせる。 ターゲット市場の嗜好に合わせる。 アイキャッチ、スポットが検索しやすいテロップ等	
納期	令和 7 年 1 0 ～1 2 月末（※詳細は県と協議の上決定。） ※ただし、ターゲット市場が「韓国」のショートver.のみ令和 7 年 9 月末とする。	
その他	ショートver.はインターネット広告での使用を想定（ターゲット市場国、首都圏及び関西圏で配信） 嗜好が近い市場は動画をまとめることも可	

テーマ（例）	① 温泉	② フルーツ	③ デニム	④ アート	⑤ 刀	⑥ 学校 ※関谷学校、真庭市旧遷 喬尋常小学校等
ターゲット市場（例）	韓国、香港、台湾	台湾、香港	韓国、台湾、タイ	フランス、中国、台湾	フランス	全市場
字幕・テロップ言語	英語＋ターゲット市場の言語					

ターゲット市場である 6 市場を漏れなくカバーできるようなテーマを設定し、言語は英語＋ターゲット市場の言語
※各テーマについて、テロップ言語ごとに動画を 1 本ずつ制作（例：英語版／繁体字版：合計で 2 本。）

●総合版

動画数	2 種（フルver.（3 分程度）／ショートver.（1 分程度））×6 言語	
字幕・テロップ言語	6 言語	英語、繁体字、簡体字、韓国語、フランス語、タイ語
内容	岡山県の交通利便性を生かし、岡山県を滞在拠点とした新たな旅のイメージが伝わるような、アイキャッチな画像等を用いた紹介を盛り込む。 県内観光地へのアクセス方法やそこで何ができるのか（観光地、体験、グルメ等）が分かりやすい構成とする。 動画の内容は同一で、字幕・テロップだけを各言語に変える方法も可 テーマ別動画の素材の使用可	
納期	令和 7 年 1 0 ～1 2 月末（※詳細は県と協議の上決定。）	