

「デジタルプロモーション強化事業」業務委託仕様書

1 目的

震災・原発事故から14年という時間の経過により、県外及び国外において、本県に関する話題が少なくなっている。

こうした現状を変えるため、福島の魅力や挑戦していく福島県の姿をより多くの人に届ける必要がある。

そのため、県が挑戦している取り組みや県全体を俯瞰しながら話題となるような新たな動画を制作・活用するとともに、庁内各部局の動画を、より多くの人に届けるため、視聴機会を提供するデジタル広告によるプロモーションも併せて実施することにより、県全体の情報発信力を強化し、風評の払拭、風化の防止を効果的に図る。

2 業務の名称

「デジタルプロモーション強化事業」業務

3 実施期間

契約締結の日から令和8年3月31日まで

4 業務内容

(1) 福島の“今”と“魅力”を発信するプロモーション動画コンテンツの制作

ア 内容

県が挑戦している取り組みや県全体を俯瞰しながら話題となるような内容とする。

【過去の制作動画】

令和4年度 「ふくしまを復興の地へ～12の数字から見るふくしまの今～」

<https://youtu.be/DqVQ90i8h4>

令和5年度 「福島の挑戦を、前へ。新たな未来へ～ふくしまの挑戦2024～」

<https://youtu.be/HuvDik-LTYk>

イ 本数

5作品（本編1作品、ダイジェスト版1作品、本編ショート動画3作品）

・本編

日本語版（手話通訳付き）の他に英語版（英語字幕・ナレーション）、中国語版（簡体字・繁体字）、韓国語版の字幕翻訳版を制作する。

・ダイジェスト版

日本語版と英語版（英語字幕・ナレーション）を制作する。

なお、翻訳者については、十分な職務遂行能力を有する者とし、必ずネイティブチェックを受けたものを納品すること。

・本編ショート動画

本編を切り抜きした映像を使用して、本編に誘導するためのショート動画を制作すること。

ウ 長さ

- ・本編 10分程度
- ・ダイジェスト版 5分程度
- ・本編ショート動画 1分程度

エ ファイル形式

- ・本編 MP4形式（YouTube アップロード用）及びDVD形式とする。
- ・ダイジェスト版 MP4形式を基本とする。
- ・本編ショート動画 MP4形式を基本とする。

オ 動画に付随し、補足する文章コンテンツ

読み手側が動画の内容について十分理解することができる説明内容とする。

本編については日本語の他に英語、中国語（簡体字・繁体字）、韓国語による文章をそれぞれ作成、ダイジェスト版については日本語と英語による文章を作成する。なお、翻訳者については、十分な職務遂行能力を有する者とし、必ずネイティブチェックを受けたものを納品すること。文字数の制限は設けない。

カ DVD（令和7年度の使用）制作枚数

全100枚（日本語版、各国語版の枚数については、別途指示する。）

キ その他

YouTube への動画コンテンツ及び文章のアップロード作業については、原則として県側が行う。

ク 制作した動画コンテンツの著作権及び二次使用について

- ・制作した動画コンテンツ（文章コンテンツも含む）の著作権（著作権法第二十七条及び第二十八条に規定する権利を含む）は、原則として福島県に帰属するものとし、県と協議の上、適切に管理すること。また、受託者は著作者人格権の行使をしないものとする。
- ・制作した動画コンテンツは、県が適当と認めたウェブサイト、イベント、各種メディア、デジタルサイネージ等での公開を行う。なお、県が二次使用するにあたり、第三者の有する著作権、その他の権利を侵害することのないよう、制作に当たっては、必要な許諾を得ること。

（2）動画広告領域でのプロモーションの企画立案及び実施

「YouTube 県公式チャンネル」や「福島の今を知る動画スペシャルサイト“FUKUSHIMA NOW”」等から、国内外に発信する庁内各部局の動画の視聴機会を増加させるため、YouTube 上の広告や、SNS 利用者のタイムラインへの露出、その他インターネット上の広告等での PR などを立案・実行することで、対象事業として選定した動画をより多くの人に届けることはもちろん、他の県公式動画の視聴にも繋げていく。

なお、接触機会の創出及び視聴に関しては、PDCA サイクルにより、その施策による視聴動向を見ながら、適宜、施策を見直し、さらに効率よく多くの視聴機会を創出する施策を再立案・実行する。

以上を踏まえ、以下のプロモーションを上記3の実施期間に実施する。

ア 対象事業の選定

- ・各部局の動画について、担当課へのヒアリング等を行い、県広報課と協議の上、本事業により多くの人に、効果的に発信していくべきと見込まれる対象動画を6本以上選定する。なお、各部局の動画6本以上の他に、本事業にて制作する動画1本を対象事業とする。

なお、広告配信するにあたってのターゲット設定（年齢、地域等）は、動画毎に担当課・広報課との打ち合わせを踏まえて設定する。

イ YouTube 動画広告

上記アで選定した動画を使用した広告とする。

- ・配信する動画広告は上記3の実施期間内に7本以上とし、1本あたりの再生回数は10万回以上を設定する。

ウ ソーシャルメディア動画広告

上記アで選定した動画を使用した広告とする。

- ・配信する動画広告は上記3の実施期間内に7本以上とする。
- ・SNS（Facebook、Instagram等）上での想定する動画再生回数を明記すること。ただし、X（旧 Twitter）での広告提案に関しては、視聴促進の効果等を十分検討した上で、その有用性が認められた場合に限る。
- ・SNS 動画広告実施時に視聴者の書き込みがあった場合は、広告終了後速やかにすべて報告すること（様式自由）。

エ その他インターネット上の広告

上記アで選定した動画を使用した広告とする。

動画視聴回数や上記サイトへの流入を増加させるものは、想定回数、クリック数を明記すること。

（3） 動画 PR 領域でのプロモーション企画立案及び実施

本事業にて制作する動画1本についてニュース系メディアへのプレスリリース配信を行い、SNSを中心としたソーシャルメディアでの話題性とロコミを生み出し、拡散を図る。想定されるニュース系メディアでの記事掲載数と SNS 上でのシェア数を明記すること。

（4） アクセス回数等の目標設定

上記（1）、（2）の施策を実施することで、「福島の今を知る動画スペシャルサイト “FUKUSHIMA NOW”」へのアクセス数15万回以上、動画の再生回数70万回以上、YouTube 県公式チャンネル登録者数1,000人以上増を目標とし、その設定数を明記すること。

（5） 上記（1）、（2）のほかの効果的な施策

インターネット上の施策に加えて、上記（4）達成に寄与と思われる、上記サイトの PR チラシの作成や県が制作している既存ツールの活用等、効果的な施策の提案・実施。なお、当事業で制作したチラシ等は、契約期間中適正に保管・管理し、県からの依

頼に応じて随時、県庁に納品を行うこと。

(6) 工程表

契約期間内のすべてのプロモーション及び調査分析等のスケジュールを作成し、提出すること。

(7) 上記プロモーションの PDCA サイクル展開

上記の施策に関して、プロモーションを実施する際には、必ず前回の視聴動向を踏まえ、施策を再検討し、立案、実行すること。(初回は除く)

なお、初回実施時には、前年実施のプロモーションによる視聴動向を踏まえることとする。

ア 視聴動向の調査分析

1 回目のプロモーション及び、その後の県公式チャンネル動画の視聴動向について、次回の施策立案のベースとなる調査・分析を行い、次回の施策提案の前に報告書として提出すること。

イ 上記で提案した改善施策の実施

1 回目のプロモーションで獲得した視聴数をさらに向上させるため、改善施策に基づいて次回のプロモーションを実施する。次回のプロモーション実施後も同様の報告書を提出し、次に向けた提案をすること。

(8) 分析・検証・フィードバック

・ 広告配信の実施状況について、適切な運用がなされているか随時モニタリング・検証を行い、期中での分析に応じて配信設定の変更等による最適化を実施するとともに、報告が必要な際に対応できる体制を構築する。

・ 各事業における広告配信の終了後、配信結果及び今後に対策に関する個別の分析結果報告書を含む実績報告書を作成し、提出すること。なお、その内容については、デジタル広告に関する深い知見が無くとも理解できる内容・構成とする。

(9) 実績の報告

受託者は受託業務の終了後に業務完了報告書により、実績の報告を行うこと。

(10) 疑義についての協議

受託者は、受託業務の遂行に関して、本仕様書の内容に疑義が生じた場合には、遅滞なく委託者と協議し、適切な措置を講じるものとする。