

別紙 1

「デジタルプロモーション強化事業（動画制作による情報発信）」業務委託仕様書

1 目的

震災・原発事故から15年を迎える中、県外及び国外において本県に関する話題に触れる機会が減少している現状がある。

こうした状況を踏まえ、福島の魅力や、挑戦を続ける福島県の姿を、より多くの人に効果的に届けることが必要である。

そのため、県が挑戦している取り組みや地域の動きを県全体の視点から捉え、新たな動画を制作・活用するとともに、デジタル広告を活用したプロモーションを実施し、視聴機会の創出を図る。これにより、県全体の情報発信力を強化し、風評の払拭及び風化の防止を効果的に図ることを目的とする。

2 業務の名称

「デジタルプロモーション強化事業（動画制作による情報発信）」業務

3 実施期間

契約締結の日から令和9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の制作

ア 内容

福島県の魅力や挑戦を続ける姿を印象的に発信し、視聴者の関心を喚起するとともに、話題の創出につながる内容とする。

【過去の制作動画】

令和7年度 「直川アナがロッチに『ふくしまのいま』をみせてみた！」

<https://youtu.be/8RVt31TNo2E>

令和6年度 「実は、オモシロ県！ふくしま」

<https://youtu.be/0zY49zavPgc>

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）

- ・本編の英語、中国語（簡体字・繁体字）、韓国語の翻訳については、YouTubeの自動生成字幕による表示ではなく、内容を適切に翻訳した字幕をSRTファイル形式で作成し、別途字幕として表示できるようにする。
- ・各尺の動画は必ずしも同一内容の短縮版に限らず、それぞれ独立した構成の動画とすることを妨げない。

ウ 長さ

- ・本編 15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 MP 4 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 MP 4 形式を基本とする。
- ・本編ショート動画 MP 4 形式を基本とする。

オ DVD（令和 8 年度の使用）制作枚数

本編 5 枚

カ その他

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

（２）復興の軌跡を発信するプロモーション動画の制作

ア 内容

福島県の復興の軌跡が適切に反映されており、県のプレゼンテーションや説明資料等にも活用できる実用性の高い内容とする。

イ 本数

2 作品（日本語版 1 作品、英語版 1 作品）

- ・日本語版の中国語（簡体字・繁体字）及び韓国語の翻訳については、YouTube の自動生成字幕による表示ではなく、内容を適切に翻訳した字幕を SRT ファイル形式で作成し、別途字幕として表示できるようにする。
- ・英語版については、テロップ及びナレーションについても英語に対応したものを制作する。

ウ 長さ

1 5 分程度

エ ファイル形式

MP 4 形式（YouTube アップロード用）及び DVD 形式とする。

オ DVD（令和 8 年度の使用）制作枚数

全 1 0 枚（日本語版 5 枚、英語版 5 枚）

カ その他

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

（３）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、受託者は著作権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。

(4) プロモーションの企画立案及び実施

ア YouTube 動画広告によるプロモーション

- ・上記(1)の本編を使用して、YouTube 広告を実施する。
- ・その他の動画については、広告効果が認められる場合に限りプロモーションを実施する。

イ その他広告によるプロモーション

- ・YouTube 広告以外の手法として、屋外広告や交通広告、SNS 等を含む各種広告媒体を活用したプロモーションを実施する。
- ・広告の種類及び数量は特定しないものとするが、実施内容については、視認性や接触機会の多さ、費用対効果等を整理した上で、実施する。
- ・掲出媒体の特性に応じ、音声の有無や視認時間等を考慮した映像を使用する。

(5) 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、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等を明記する。

(6) 再生回数等の目標設定

YouTube 上での動画の再生回数 50 万回以上、YouTube 県公式チャンネル登録者数 2,000 人以上増を目標とし、その設定数を明記すること。

(7) PR 施策の実施及び成果物管理

上記(6)達成に寄与すると思われる、YouTube 県公式チャンネルの 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、効果的な施策を実施する。なお、当事業で制作した成果物は、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。

(8) 工程表

全ての動画制作に係るスケジュール並びに、契約期間内に実施する全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。

(9) 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。

(10) 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。

(11) 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。