

名水の魅力発信プロモーション事業業務委託 仕様書

1 委託業務の名称

名水の魅力発信プロモーション事業業務委託

2 業務の目的

本県が自然に恵まれ、豊かで良質な水を生み出す「名水の地」であるというイメージを軸に、県内外及び国外に向けて、山梨の「水」の魅力について SNS 等で情報発信することで、山梨の「水」ブランド力を向上させるとともに、山梨という地域そのもののブランド力を向上させ、県経済の活性化や地域・産業の振興につなげることを目的とする。

3 履行期間

契約締結の日から令和6年3月29日（金）

4 業務内容

「山梨の水に関する上質な地域資源」と「名水の地のイメージ」の連携を強化し、地域資源の観光・販売促進を行うため、「山梨の水に関する上質な地域資源」をやまなし「水」ブランドの公式 Instagram (@yamanashi_water)（以下、「公式 Instagram」という。）で紹介し、広く PR する。また、PR 効果を高めるため、公式 Instagram のフォロワーを増やすための企画（以下、「フォロワー増加企画」という。）を行う。

なお、業務の実施の際には、企画提案の内容をもとに県と協議を行いながら業務を進めること。

① SNS を活用した地域資源 PR 業務

1. 公式 Instagram の運営管理

ア) 公式 Instagram において、画像投稿を 24 本、リール動画投稿を 24 本の計 48 本を投稿すること。

イ) 投稿の期間は履行期間と同様とすること。

ウ) 投稿する題材は、山梨県が「名水の地」であることの認知の向上、山梨県への訪問意欲の向上、県産品の購買意欲の向上を主な目的とし、山梨の「水」の魅力や山梨の「水」を育む自然、それらを活用した商品、サービス、取り組みなどを選定し、最終的には県と協議して決定すること。

エ) 上記ウ) については、県が令和3年度に実施した水に関する意識調査で興味関心の低かった地域資源も含めること。

オ) 題材に沿った記事・画像・動画等の投稿内容を用意し、適切な時期・時間に投稿すること。

カ) 業務終了後、投稿によるフォロワー増加数及び、エンゲージメント率などを含めた PR 業務による効果の分析結果を報告すること。

2. 公式 Instagram のフォロワー増加企画業務

ア) 公式 Instagram のフォロワー増加企画を 1 回実施し、上記①と合わせて、新規フォロワー1,000 アカウント獲得を目標とすること。

- イ) フォロワー増加企画は、企画参加者に抽選でプレゼントを配布する企画を基本とし、フォロワー増加企画に参加を誘導する広告等も実施すること。
- ウ) プレゼント商品は県産品とし、主にふるさと納税返礼品の対象となっている商品とすること（プレゼントの調達費及び送料等は委託料に含む）。
- エ) フォロワー増加企画の広告等においては、Instagram 以外の他の媒体も活用すること。また、広告等にはプレゼント商品が掲載されている EC サイト等（例：納税サイトなど）のリンクを設定すること。
- オ) 業務終了後、フォロワー増加数及び、広告による企画閲覧数などを含めたフォロワー増加企画による効果の分析結果を報告すること。

② インフルエンサーを活用した県産品 PR 業務

- ア) インフルエンサーが自らのアカウントで、「名水の地」で育まれた県産品等の紹介を行い、かつ、山梨県が「名水の地」であることの PR を行う投稿（以下、「PR 投稿」という。）をすること（県産品の調達費及び送料等は委託料に含む）。
- イ) インフルエンサーの PR 投稿は、Instagram や Twitter などの日本国内で利用が多い SNS で行うこと。
- ウ) インフルエンサーは特定のジャンルに偏らないように留意し、次の目安により計 33 名選定すること。
 - ①フォロワー目安 10 万人 3 名（合計フォロワー数 30 万人以上）
 - ②フォロワー目安 1 万人 30 名（合計フォロワー数 30 万人以上）
- エ) インフルエンサー毎に PR 投稿を 1 回すること。
- オ) PR 投稿には、「#名水の地やまなし」、「#山梨」、「#山梨県」、「#PR」のハッシュタグを付け、紹介した県産品等が掲載されている EC サイト等の紹介も行うこと。
- カ) 紹介する県産品等は、主にふるさと納税返礼品の対象となっている商品等から選定すること。なお、複数のインフルエンサーが同じ県産品等を紹介しても良い。
- キ) 業務終了後、各投稿のインプレッション数、エンゲージメント数、リーチ数等を含めた PR 業務による効果の分析結果を報告すること。

③ 名水の魅力発信動画広告の制作及び配信業務

1. やまなしの「水」の魅力を発信する動画広告を制作すること。
 - ア) 動画広告は短尺（6 秒）と長尺（60 秒）の 2 種類とし、複数制作すること。ただし、より効果的な動画広告の長さがあると判断される場合は、県と協議の上、動画広告の長さを変更することができる。
 - イ) 動画広告は、上質な環境や山梨県の地域資源に興味のある層又は山梨県の地域資源の情報と接触が少ない若い層をターゲットにすること。
 - ウ) 動画広告の制作には、県が令和 3 年度に制作した PR 動画や本委託業務で公式 Instagram 投稿用に準備した画像・動画を活用してもよい。
2. 1. で制作した動画広告を Youtube で広告配信すること。
 - ア) 動画広告は True View シーケンス方式で広告配信すること。ただし、より

効果的な動画広告の手法があると判断される場合は、県と協議の上、動画広告の手法を変更することができる。

- イ) 動画広告はPRに適切な時期に広告配信し、表示回数200万回、動画広告のリンクのクリック率0.1%達成を目標に配信すること。
- ウ) 動画広告につけるリンク先は、県が指定するwebページとすること。
- エ) 動画広告の視聴者が、上質な環境や山梨県の地域資源に興味のある層又は山梨県の地域資源の情報と接触が少ない若い層となるように、セグメントを設定すること。
- オ) 業務終了後、動画広告の配信回数及び、動画広告のリンクのクリック率(CTR)などを含めた動画広告配信による効果の分析結果を報告すること。

④ 観光ガイドブック制作及び配布業務

1. 観光ガイドブック制作

- ア) 山梨県の持つ水の魅力や山梨の「水」を育む自然、それらを活用した商品、サービス、取り組みなどを体験できる観光コースを紹介するガイドブックを制作すること。
- イ) 観光ガイドブックは、表紙、裏表紙含め8ページ以上、B5サイズ以上、フルカラーとし、10,000部制作すること。また、観光ガイドブックは、デジタルブック(e-book)に対応すること。
- ウ) 観光コースは、富士北麓地域、東部地域、中北地域、峡東地域、峡南地域の中から2～3コースを選定すること。
- エ) 1コースで複数地域を紹介することも可とする。また、複数コースで同じ地域を紹介することも可とする。
- オ) 紹介する観光コースの観光時期の目安は、夏季または秋季とすること。
- カ) 1コースは原則1泊2日の旅程とすること。
- キ) 各コースには必ず1つ以上の水の景観地(滝、溪谷、湖、川など)及び水の体験・アクティビティ(自然サウナ、温泉、SUP、和紙体験など)を含めること。

2. 観光ガイドブック配布

- ア) 高速道路サービスエリア等の4カ所の配架ラック(リーフレットスタンド等)にて、上記①で作成した観光ガイドブックを配架する手配を行うこと。
想定配架場所：談合坂サービスエリア(上・下)
海老名サービスエリア(上・下)
想定配架期間：1ヶ月間
- イ) ただし、企画提案により、より効果的な配布方法や配布場所があると判断される場合は、県と協議の上、配布方法等を変更することができる。

⑤ 委託業務を行うに当たっての留意点

1. SNSを活用した地域資源PR業務

- ・投稿内容は、県が事前に確認し、県の了解が得られたもののみ投稿することができる。また、投稿内容に不備がある場合は、県の指示に従い必要な修正等を行わなければならない。

- ・公式 Instagram に投稿する内容は、著作権等の各種権利上の問題がないかを必ず確認し、公開の許可等を要する場合は、受託者が必要な手続きを行うこと。
 - ・公式 Instagram へ投稿する際は、県公式 Instagram (yamanashi_japan) へのメンションを設定すること。
 - ・公式 Instagram に投稿された内容は、県の水ブランド公式 Twitter 及び県 HP 等でも公開する場合がある (Instagram 以外の公開は県が行う)。
2. インフルエンサーを活用した県産品 P R 業務
- ・投稿内容は、県が事前に確認し、県の了解が得られたもののみ投稿することができる。また、投稿内容に不備がある場合は、県の指示に従い必要な修正等を行わなければならない。
 - ・P R 投稿を行う時期は、原則フォロワー増加企画と同時期に行うものとするが、具体的には県と協議して決定すること。
3. 名水の魅力発信動画広告の制作及び配信業務
- ・動画広告の制作にあたり、県が令和 3 年度に制作した P R 動画を利用する場合は、別に配布する「撮影素材一覧表」を熟読の上、著作権等の各種権利に抵触することがないように留意する。また、撮影素材の使用に許可等を要する場合は、受託者が必要な手続きを行うこと。
 - ※「撮影素材一覧表」が必要な場合は、「企画提案募集要項」の問い合わせ先に連絡すること。
4. 観光ガイドブック制作・配布業務
- ・観光ガイドブックの制作にあたり、著作権等の各種権利に抵触することがないように留意すること。
 - ・観光コースは、見開き 1 ページ毎に 1 コースの紹介を想定すること。
 - ・観光ガイドブック配布において、作製した 10,000 部のうち、6,000 部の配布を想定しているが、想定を越えて配布することも可とする。
5. その他
- ・県と協議を行った際、協議終了後に協議結果の概要をまとめた議事録を遅滞なく県に提出すること。
- 5 成果物の納品
- ① 成果図書等
1. 委託業務実績報告書 (次の書類及び電子データを含む)
 - ア) 投稿した記事等一式 (写真及びリール動画の電子データを含む)
 - イ) 各事業の結果報告をまとめた書類一式及び業務スケジュール
 2. 短尺動画広告及び長尺動画広告の電子データ (mp4 形式)
 3. 観光ガイドブック 10,000 部
 4. 観光ガイドブックの電子データ (PSD 形式及び PDF 形式)
 5. 観光ガイドブックのデジタルブックデータ (e-book 形式)

② 納品方法

紙媒体を1部及び電子データをDVD-R等に格納し、提出すること。

電子データのファイル形式は、指定のあるもの以外は山梨県の一人一台パソコンで処理できる形式とする。

③ 納品場所

山梨県 環境・エネルギー部 自然共生推進課

④ 納期限

1. 委託業務完了後、速やかに成果図書等 1. 委託業務実績報告書を提出すること。
2. 成果図書等 2. 3. 4. 5. については、業務執行に係る適切な時期に納品すること。

6 著作物の帰属

本業務により制作された動画、観光ガイドブック等の成果物の所有権、著作権及びその他の権利は県に帰属するものとし、県はウェブサイト等に随時使用、加工、複製又は増刷できるものとする。

ただし、成果物に第三者の著作物が含まれている場合、当該著作物（当該著作物を改変したものも含む）の著作権は、従前からの著作権者に帰属するものとする。

7 仕様の変更

本仕様書については、企画提案により、より効果的な手法等があると判断される場合は、受託者と協議の上、変更することがある。

8 その他

本仕様書に定める事項について疑義が生じた場合、または本仕様書に定めのない事項については、必要に応じて協議の上定めることとする。

(資料 1)

※元の画像データはメールでお送りします。

Takahashi-akwx@pref.yamanashi.lg.jp (担当 高橋) までご連絡ください。



(参考)

※元の画像データはメールでお送りします。

