

別紙 1

令和7年度（繰越）くじゅう・エコパーク地域プロモーション動画等

制作・広告運用業務委託仕様書

1 件 名

令和7年度（繰越）くじゅう・エコパーク地域プロモーション動画等制作・広告運用業務委託

2 適用範囲

本仕様書は、大分県（以下「県」という）が発注する「令和7年度（繰越）くじゅう・エコパーク地域プロモーション動画等制作・広告運用業務委託」（以下「本業務」という）を受託する者（以下「受託者」という）の業務について、必要な事項を定めたものである。

3 業務の目的

阿蘇くじゅう国立公園くじゅう地域及び祖母・傾・大崩ユネスコエコパーク（以下「くじゅう・エコパーク地域」という）における認知度向上や滞在型利用の促進を図るためには、両地域の魅力や契機を捉えた情報発信が重要である。

特に、近年の全国的な猛暑を踏まえ、両地域が夏に涼しいエリア（＝「涼しいおおいた」）であることを積極的にPRすることが誘客促進に欠かせない要素である。

さらに、令和8年度には阿蘇くじゅう国立公園が改称40周年を迎え、令和9年度にはエコパークがユネスコエコパーク登録10周年を迎えるため、この契機を捉えた情報発信を行うことで相乗的な宣伝効果が期待できる。

以上を踏まえて、両地域の魅力を伝えるプロモーション動画等の制作を行い、効果的な広報を行うことで、両地域の認知度・魅力度の向上及び滞在型利用の促進を図る。

4 履行期間

契約締結の日から令和9年3月15日（月）までとする。

5 業務の内容

I 動画制作

(1) 動画の制作

動画の制作に当たっては、必ず以下を遵守するものとする。

ア 制作する動画のテーマは下記の2つとすること。

- ・くじゅう・エコパーク地域の「夏の涼しさ」を感じることができるエリアやスポットをPRする動画
- ・くじゅう・エコパーク地域の地域資源を活かした「通年の魅力」をPRする動画

イ 動画の再生時間及び本数は下記のとおりとすること。

①県ホームページ等掲載用動画 60秒×2本以上

- ・くじゅう・エコパーク地域の「夏の涼しさ」を感じることができるエリアやスポットをPRする動画（R8夏放映分）（1本以上）
- ・くじゅう・エコパーク地域の地域資源を活かした「通年の魅力」をPRする動画（1本以上）

②テレビスポットCM 15秒×4本

- ・くじゅう・エコパーク地域の「夏の涼しさ」を感じることができるエリアやスポットをPRする動画（R8夏放映分）（1本）
- ・くじゅう・エコパーク地域の「夏の涼しさ」を感じることができるエリアやスポ

- ットをテーマ別に PR する動画（2本）
- ※テーマは「若年層対象」や「高齢層（50代以降）対象」などを想定しているが、提案を行うこと
- ・くじゅう・エコパーク地域の地域資源を活かした「通年の魅力」を PR する動画（1本）

③県外向けウェブ広告用動画 15秒×4本

- ・②の動画を県外向けウェブ広告用に編集した動画

④台湾向けウェブ広告用動画 15秒×1本

- ・②の動画のうち、下記の動画を台湾向けウェブ広告用に編集した動画
- ・くじゅう・エコパーク地域の「夏の涼しさ」を感じることができるエリアやスポットを PR する動画（R8夏放映分）

ウ 制作した動画を県 HP や動画共有サイト「YouTube」等で期間の制限なく視聴が可能となるよう、また、動画のリサイズを含めた県側での編集が自由に可能となるよう著作権等の許可を得ること。

エ 動画の制作に当たっては、サムネイルの制作も併せて行うこと。

オ 動画は、テーマに応じて下記期限までに完成すること。

- ・くじゅう・エコパーク地域の「夏の涼しさ」を感じることができるエリアやスポットを PR する動画（R8夏放映分）（1本）：令和8年5月29日（金）まで
- ・くじゅう・エコパーク地域の「夏の涼しさ」を感じることができるエリアやスポットをテーマ別に PR する動画（2本）：令和8年11月30日（月）まで
- ・くじゅう・エコパーク地域の地域資源を活かした「通年の魅力」を PR する動画（1本）：令和9年2月26日（金）まで

カ 上記ア～オの詳細等については、県と受託者が協議のうえ決定する。

II ポスター制作

(1) ポスターの制作

ポスターの制作に当たっては、必ず以下を遵守するものとする。

- ・テーマ くじゅう・エコパーク地域の素材を使った「夏の涼しさ」を PR するもの
- ・部数 250部
- ・納期 令和8年5月15日（金）
- ・原稿デザイン 業者作成あり
- ・規格 B2
- ・紙質 マットコート 135kg
- ・印刷方法 片面印刷、カラー印刷
- ・納品場所 大分県生活環境部自然保護推進室

上記の詳細等については、県と受託者が協議のうえ決定する。

III 広告運用

(1) テレビスポット CM の放映

テレビスポット CM の放映に当たっては、必ず以下を遵守するものとする。

ア 放映内容

- ・くじゅう・エコパーク地域の「夏の涼しさ」を感じることができるエリアやスポットを PR する動画（R8夏放映分）（15秒）

イ 放映期間

令和8年6月から令和8年7月末まで

ただし、県は受託者と協議して放映期間を変更できるものとする。

ウ 放映エリア及び放映局

放映エリアは大分県外とし、以下の各県内の民放局で放映すること。

福岡県、熊本県、宮崎県、愛媛県

ただし、県は受託者と協議して放映局を変更できるものとする。

エ 放映時間帯及び放映回数

イの期間内で、放映回数は計 265 本以上（福岡県 80 本、熊本県 70 本、宮崎県 60 本、愛媛県 55 本を目安とすること）とし、受託者より県へ提案を行い、県と受託者で協議し決定する。

なお、視聴率の高い時間帯に放映することに努めることとし、放映時間等の詳細は県と調整すること。

(2) ウェブ広告の運用

ウェブ広告の運用に当たっては、必ず以下を遵守するものとする。

ア 配信する内容は下記の 2 つとすること。

- ・【県外向け】くじゅう・エコパーク地域の「夏の涼しさ」を感じることができるエリアやスポットを PR する動画
- ・【台湾向け】くじゅう・エコパーク地域の「夏の涼しさ」を感じることができるエリアやスポットを PR する動画

イ 【県外向け】くじゅう・エコパーク地域の「夏の涼しさ」の PR 動画について

①配信素材

県外向けウェブ広告用動画（15 秒）（5-I-(1)-イ-③）のうち、下記の動画を使用すること

- ・くじゅう・エコパーク地域の「夏の涼しさ」を感じることができるエリアやスポットを PR する動画（R8 夏放映分）

②ターゲット

- ・ターゲットの考え方は、下表に示すとおりとする。

| | |
|-------------|---|
| 主な地域 | 大分県外 |
| 年代 | 20代～60代 |
| 属性 | 旅行検討者 |
| 価値観 行動特性 | ・アウトドアに興味があり、自然の中で過ごしたい ・夏は避暑地で過ごしたい |
| 訴求内容 | ・自然の中でリフレッシュできること ・くじゅう・エコパーク地域の避暑地としての魅力を大分県来訪の目的の一つとすること |

- ・本業務において、ターゲットに起こしてもらいたい行動変容は下表に示すとおりとする。

| | |
|------|---|
| 行動変容 | ウェブ広告用動画を視聴し、くじゅう・エコパーク地域に興味や関心を持ち、両地域を訪れてもらう |
|------|---|

- ・ターゲットに対して啓発を行った結果、本業務の目的を達成するためにより効果的であると判断できるデータの蓄積があった場合は、その根拠とともに県に対して助言及び提案を行い、広告媒体等の見直しについて協議するものとする。

③目標の設定

本業務の目的を達成するうえで、目標項目と目標値を具体的に設定し、その内容を企画提案書に記載すること。

なお、設定した目標値を達成した場合においても、事業効果の最大化を目指して

業務を継続し、効果的な運用に努めること。

④配信する広告の種別

Youtube（インストリーム（スキップ不可／スキップ可）、バンパー等（スキップ不可）等）、InstagramなどのSNS広告、Yahoo!、Googleのディスプレイバナー広告、TVerなどのテレビ局等動画配信サービス、その他有効と考えられる広報手段のうち、効果的な広告媒体を単独又は複数組み合わせること。

⑤配信地域
県外

⑥配信期間
令和8年6月から令和8年9月末まで

⑦企画内容

次の内容を企画提案書に記載すること。

- (a) 広告形態（例えば、YouTube 広告を提案する場合、インストリーム広告（スキップ可／不可）、バンパー広告等の別を記載）
- (b) 提案する媒体を選んだ理由
- (c) 各媒体における画面イメージ
 - ・ 動画・静止画の別
 - ・ テキストがある場合、テキスト案も記載すること
- (d) 設定予定のセグメント（例：○歳以上等）
- (e) 各媒体別の想定表示回数（インプレッション数）、想定視聴完了数、想定クリック数等の回数
- (f) 広告期間

ウ 【台湾向け】くじゅう・エコパーク地域の「夏の涼しさ」のPR動画について

①配信素材

台湾向けウェブ広告用動画（15秒）（5-I-（1）-イー④）を使用すること

②ターゲット

・ターゲットの考え方は、下表に示すとおりとする。

| | |
|-------------|--|
| 主な地域 | 台湾 |
| 年代 | 20代～60代 |
| 属性 | 訪日旅行検討者 |
| 価値観 行動特性 | ・アウトドアに興味があり、自然のなかで過ごしたい ・海外ではまだあまり知られていない日本の自然を体験したい ・夏は避暑地で過ごしたい |
| 訴求内容 | ・台湾人観光客にも関心を持ってもらえるよう、くじゅう・エコパーク地域の自然の魅力を発信する。 ・くじゅう・エコパーク地域の避暑地としての魅力を大分県来訪の目的の一つとすること |

・本業務において、ターゲットに起こしてもらいたい行動変容は下表に示すとおりとする。

| | |
|------|---|
| 行動変容 | ウェブ広告用動画を視聴し、くじゅう・エコパーク地域に興味や関心を持ち、両地域を訪れてもらう |
|------|---|

・ターゲットに対して啓発を行った結果、本業務の目的を達成するためにより効果

的であると判断できるデータの蓄積があった場合は、その根拠とともに県に対して助言及び提案を行い、広告媒体等の見直しについて協議するものとする。

③目標の設定

本業務の目的を達成するうえで、目標項目と目標値を具体的に設定し、その内容を企画提案書に記載すること。

なお、設定した目標値を達成した場合においても、事業効果の最大化を目指して業務を継続し、効果的な運用に努めること。

④配信する広告の種別

LINE、Facebook、Youtube（インストリーム（スキップ不可／スキップ可）、バンパー等（スキップ不可）等）、InstagramなどのSNS広告など、台湾国内において有効と考えられる広報手段のうち、効果的な広告媒体を単独又は複数組み合わせること。

⑤配信地域

台湾国内

⑥配信期間

令和8年6月から令和8年9月末まで

⑦企画内容

次の内容を企画提案書に記載すること。

- (a) 広告形態（例えば、YouTube 広告を提案する場合、インストリーム広告（スキップ可／不可）、バンパー広告等の別を記載）
- (b) 提案する媒体を選んだ理由
- (c) 各媒体における画面イメージ
 - ・ 動画・静止画の別
 - ・ テキストがある場合、テキスト案も記載すること
- (d) 設定予定のセグメント（例：○歳以上等）
- (e) 各媒体別の想定表示回数（インプレッション数）、想定視聴完了数、想定クリック数等の回数
- (f) 広告期間

IV 共通事項

(1) 受託者による広告運用計画の作成

- ・ 次に掲げる事項を盛り込んだ「広告運用計画」を作成し、契約締結後速やかに県に提出し、説明のうえ、承認を得ること。

【広告運用計画に盛り込むべき事項】

(ア) 事業期間を通じた広告の運用方針

ターゲットに応じて、以下を設定する。

- A) 広報媒体（テレビ、インターネット媒体等）
- B) 掲出プラットフォーム（YouTube、LINE 等）
- C) 各広告（上記 B）の経費配分バランスの方針
- D) 各広告（上記 B）の具体的な運用方法
- E) 運用スケジュール

(イ) 広報の効果検証、運用の見直し方法

(ウ) 目標設定

(エ) その他必要な事項

(2) 効果測定、改善

- ・本業務により配信する広告のインプレッション数、クリック数、クリック率、クリック後の行動等を閲覧者の属性（性別、年代等）ごとに適宜分析しながら、検索広告、ディスプレイ広告におけるキーワード等設定の見直しについて、県に協議すること。特に、計測開始から2週間経過後、初動の結果報告や今後の対策についての説明を会議等により行うこと。
- ・広告の運用状況及びそれに基づく分析結果、運用の見直し方法及び結果等について、広告の配信開始後、1月に1回以上月次報告書としてとりまとめを行い、県に報告すること。
- ・報告の際、広告配信の結果に応じて運用の見直し等について、随時提案すること。なお、提案は理解しやすいものを必須とし、理解が難しいものは再提出を指示する。
- ・数値のレポートに加え、そこから読み取ることができる示唆と来年度に向けた提案についてもレポートすること。
- ・その他、別紙「デジタルプロモーション実施時における留意事項」に従うこと。

6 動画制作・広告費用について

透明性確保、費用対効果の明確化のため、広告費用のうち、広告媒体原価と管理運用費は分けて見積もること。

情報発信コンテンツ制作、広告費用（広告媒体原価＋管理運用費）、効果検証の予算配分は、3：6：1の割合を目安とすること。予算配分の考え方については、提案書に記載すること。

7 業務委託の目的物

(1) 受託者が県に納品する本業務の目的物（以下「成果物」という）については、以下のとおりとする。

- ア 動画、ポスター、テレビスポットCM及び広告クリエイティブ等のデータ
- イ 動画、ポスター、テレビスポットCM及び広告クリエイティブ等の制作に係る各種データ、素材等
- ウ 上記ア、イのデータ等の一部を紙媒体により可視化した業務報告書
- エ 本業務に係る効果検証分析レポート
- オ 本業務の分析結果に基づく、新たなプロモーションの手法等に関する示唆

8 著作権に係る留意事項

- (1) 本業務の実施に伴い、受託者が新たに制作・取得した成果物及び素材等のすべてに係る著作権は県に帰属するものとする。受託者は県に無断でこれらの使用、貸与及び公表等を行ってはならない。
- (2) 本業務の実施に伴い、受託者又は第三者が権利を有している素材等を用いる場合は、映像の二次利用を含め、当該著作物の使用に関する費用の負担を含む著作権処理等を必ず行うこと。
- (3) 受託者は、本業務に関し、第三者との間で著作権に係る権利侵害の紛争等が生じた場合には、当該紛争の原因が専ら県の責に帰する場合を除き、自らの責任と負担において一切の処理を行うものとする。
- (4) 県は、本事業で納品された成果物を期間の制限なく無償で、Webサイト、テレビ等のあらゆる媒体、手段・方法により公表（公開、配布、放送等）することができることとする。

9 その他

- (1) 契約締結後、本業務のスケジュールについて明確かつ詳細に作成すること（様式自由）。
- (2) 成果物については、データ及び紙媒体等で県に確実に納品すること。
- (3) 専任の担当者を配置し、県との打ち合わせ等に担当者を出席させること。また、電話やメール等にて迅速且つ確実に連絡が取れる体制を整えるとともに、県から要請があった場

合には、速やかに担当者を派遣すること。

- (4) 本仕様書に定めのある事項について疑義が生じた場合、本仕様書に定めのない事項又は審査委員会で選定された企画提案等の内容の修正等については、必要に応じて県と受託者の協議により、解決するものとする。
- (5) 本業務の実施に当たっては、関連する法令等を遵守するものとする。

I 本業務に伴い開設するランディングページ等のウェブサイトに関する事項

1 Google Analytics のアカウント管理に関する業務

- (1) 本業務に伴い開設するランディングページ等、当事業に関連するウェブサイト（以下、「本業務関連ウェブサイト」という。）には、「本業務用 Google Analytics（Google Analytics 4 プロパティとする。）」、「Google Search Console」の導入を必須とする。
- (2) 「本業務用 Google Analytics」上で、本施策における目標・イベント設定等を行うこと。また、最終レポートには、結果の分析・改善策を必ず記載すること。
- (3) Google Analytics 等、各種アカウントの作成時には、内容について大分県の承認を得ること。また、本業務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大分県に譲渡すること。
- (4) プライバシー保護への配慮の観点から、本業務関連ウェブサイトには、取得するユーザーデータ等に適したプライバシーポリシーを作成し、公開すること。

2 大分県 Google タグマネージャーによるタグ活用・コンテナ管理に関する業務

- (1) 本業務関連ウェブサイトには、各種計測タグ、リマーケティングなどの施策に関わるタグを導入する際は、大分県が別途指定する「大分県 Google タグマネージャー」を活用し、本業務用のコンテナ内で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、「大分県 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、その内容を大分県に報告すること。
- (3) 各種設定には、内容について大分県の承認を得ること。また、「大分県 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大分県に譲渡すること。

II ウェブ広告の実施に関する事項

1 適正なデジタルプロモーションの実施

- (1) 「本業務用 Google Analytics」で施策効果を取得するため、大分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。
- (2) 本業務に関連するウェブサイトには、同ウェブサイト内に大分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「大分県 Google タグマネージャー」のコンテナ内で行うこと。
- (3) 広告運用開始後一週間以内に、本業務において取得すべきデータが取得できていることを確認し、大分県へ報告すること。

2 Google 広告を利用する場合

- (1) 大分県公式の 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) 大分県が今後もデジタルプロモーションを行うことを鑑み、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オーディエンスリストを設定し、大分県公式の 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、大分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。

3 SNS 広告を利用する場合（Facebook、Instagram、X、TikTok、LINE 等）

- (1) 大分県公式 SNS のビジネスマネージャーや大分県が別途指定する SNS ページに広告アカウントをリンクすること。または、SNS 広告の運用状況の確認が出来るよう、大分県に対してアナリストの権限を付与すること。
- (2) 大分県が今後もデジタルプロモーションを行うことを鑑み、リマーケティングリストやオーディエンスリストの作成が可能である場合には、その設定を行い、大分県公式 SNS のビジネスマネージャーへの共有やアカウント引継ぎなど、事業終了後において大分県が活用可能な状態とすること。
- (3) 効果測定において、SNS プラットフォーム（Facebook、Instagram、X 等）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、大分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。

4 動画制作・動画広告を実施する場合（Youtube 等）

- (1) 動画視聴に関するデータや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。
- (2) 大分県が今後もデジタルプロモーションを行うことを鑑み、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。
- (3) YouTube を利用する場合、YouTube チャンネルへの掲載に当たっては、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。
- (4) 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、大分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 その他

- (1) 広告運用に利用する各媒体の規約、プライバシーポリシーを遵守すること。
- (2) 事業実施により取得したデータと受託者が保有する情報を結びつけて、個人情報（個人データ）とならないように留意すること。