

# 「GO TO トラベル」長崎県デジタルマーケティング業務仕様書

## 1. 事業の目的

全国的に展開される国の大型観光キャンペーン「GO TO トラベル」と連動し、本県の魅力を紹介したプロモーション動画等を制作し、インターネット等を通じデジタルプロモーションをすることにより本県への誘客促進を図る。また、デジタルプロモーションを実施したことで本県への関心や旅行意欲の向上などどのような効果があったか検証し、広告効果の見える化を図ることで今後につなげる。

## 2. 契約期間

契約締結日から令和3年3月31日（水）までとする

## 3. 実施業務

### (1) エリア毎の動画コンテンツ制作業務（6エリアに分類）

エリア区分	エリアA	エリアB	エリアC	エリアD	エリアE	エリアF
エリア区分	長崎市 諫早市 大村市 長与町	佐世保市・ 西海市・東 彼杵町・波 佐見町・川 棚町・佐々 町	島原市 雲仙市 南島原市	平戸市 松浦市	五島市 新上五島町 小値賀町 宇久町（佐 世保市）	壱岐市 対馬市

※このエリア区分については各市町は合意済み

#### ①観光動画を制作するためのワークショップの実施と運営

ア. エリア毎にファシリテーターを1名配置すること。

イ. エリア毎のワークショップの開催は3回程度とすること。

ウ. ファシリテーターの役割は以下のとおり

- ・地域が定番と考える観光素材の洗い出し作業
- ・伝えたいことを絞る作業（各エリアの特徴を最大限生かす）
- ・動画を制作するためのコンテンツを絞る。（ものがたり化）
- ・伝えたい相手を決めること。（どこに居住している、誰に伝えたいか）
- ・伝えたい相手に合わせた具体的なデジタルプロモーションの手法を決めること。
- ・必要に応じて市場調査など数値的根拠を活用して円滑にワークショップを運営すること。
- ・中立的な立場からスムーズな進行の舵取り、より良い結論へと到達するように導くこと。

#### ②動画コンテンツ制作業務

- ・上記①のウ. で決定した内容の動画をエリア毎に制作すること。
- ・制作本数は各エリア3作品程度とし、ターゲットに的確に訴求できるものとする。
- ・動画再生時間は3分程度を目安とするが、テーマや撮影する素材により異なってもよい。動画そのものの訴求力が重要であるため、特に、動画再生の最初の5秒間を重視して制作に取り組むこと。あわせて30秒程度のプロモーション用動画をそれぞれ制作すること。
- ・超高精細撮影機材や遠隔操縦機（ドローン）等、映像を制作するための最新鋭の専用機材や映像技術を十分に活用すること。
- ・出演者、音響、特殊効果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一切の調整及び許認可等の諸手続き等は、受託者が調整すること。

- ・字幕やナレーション等の言葉の無い視覚的に訴求可能な動画を制作することを想定しているが、ワークショップでの協議の結果として字幕やナレーションを利用する手法が最適の場合はこの限りではない。

### ③動画形式

- ・規格はフルカラー4Kとし画面比は16対9ですること。
- ・ウェブサイトやYoutube等の動画共有サービスで再生可能なファイル形式とすること。

## (2) ウェブサイトの制作・運営業務

### ①基本的な業務内容

- ・上記(1)－②及び下記(3)－②で制作した動画のテーマに沿ったランディングウェブサイト(以下、「ウェブサイト」という。)の制作・運営を行うこと。
- ・ウェブサイトのイメージは以下URLのとおり  
<https://www.ana.co.jp/ja/jp/travel/soratabilife/kyushu/>
- ・ウェブサイトはパソコン及びスマートフォンでの表示に適した形式とすること。
- ・長崎県観光連盟が指定するサーバーで制作すること。

### ②ウェブサイトの制作

- ア. 閲覧者がウェブサイトに興味・関心を持ち、旅行意欲が喚起されるよう工夫すること。
- イ. 検索エンジンのSEO対策を講じること。
- ウ. 長崎県観光連盟が発行するサブドメインを活用すること。
- エ. 長崎県観光連盟が発行するアクセスログを全ページに設置しログ解析ができる環境をつくること。
- オ. Internet Explorer や Google Chrome 等の一般的なブラウザで支障なく閲覧可能なものとする。

### ③ウェブサイトの運用

- ア. 不具合が生じた場合を想定し、長崎県観光連盟と受託者の連絡体制を構築し、速やかにトラブルの原因を解消すること。
- イ. 制作したウェブサイトは、他事業者でも運営保守が行えるようにすること。

## (3) プロトラベラーやYoutuber等を活用した動画制作及び配信

### ①動画を制作するための基本事項

- ・決められた6エリア毎に動画を1本以上制作すること。
- ・各エリアの観光素材の魅力を最大限引き出すような観光プロモーション動画にすること。
- ・撮影する動画の内容については、プロトラベラー等の視点や感性などを重要視し、決められたエリア内の地域すべてを紹介する必要はないこととする。
- ・動画視聴者のターゲットはF1・M1層とする。
- ・動画のイメージ内容は以下URLのとおり。  
<https://www.ana.co.jp/ja/jp/travel/soratabilife/kyushu/>

### ②動画の制作について

- ア. 人物を撮影する場合には、必要な肖像権の処理を行うこと。また、撮影に際し、使用料、出演料、謝礼金等の費用が発生した場合は、受注者の負担とすること。
- イ. 映像の加工・編集、音楽、音声などの編集作業を行い、完成した動画はクリエイター自身のチャンネルやSNS等に投稿すること。

## (4) 動画広告・ウェブサイト誘導等業務

## ①動画広告を実施するための基本的な方針

「GO TO トラベル」キャンペーンと連動し、本県の魅力を紹介する動画を活用し切れ目のないデジタルプロモーションを実施することで、本県への誘客促進を図ることから、第一フェーズは、既存の動画（長崎県観光連盟及び市町保有の動画）を活用しデジタルプロモーションをスタートし、第二フェーズは Youtuber 等を活用した動画配信、最後のフェーズとして各エリアで実施するワークショップによる動画が完成次第、順次デジタルプロモーションを実施することとする。

※デジタルプロモーションのスタートイメージ

- ・第一フェーズ 9月中旬頃からプロモーションをスタート
- ・第二フェーズ 10月初旬からプロモーションをスタート
- ・第三フェーズ 11月頃から順次プロモーションをスタート（※できるだけ早く）

※長崎県観光連盟保有の動画は以下のURLのとおり

- ・The colorful story of NAGASAKI

<https://www.youtube.com/watch?v=if4UHAyucp0>

- ・知られざる長崎映像

[https://www.youtube.com/playlist?list=PLkx4\\_f7xmqN5vr6j7rc8g8kRpppt-ZDXo](https://www.youtube.com/playlist?list=PLkx4_f7xmqN5vr6j7rc8g8kRpppt-ZDXo)

- ・好奇心の島々へ

[https://www.youtube.com/playlist?list=PLkx4\\_f7xmqN45mjH99WqQKZ0BNwLz2tQI](https://www.youtube.com/playlist?list=PLkx4_f7xmqN45mjH99WqQKZ0BNwLz2tQI)

※新型コロナウイルスの感染状況が悪化した場合は、協議の上、プロモーションを中止する場合があります。

## ②基本的な業務

- 制作した動画については、話題性、拡散性等を確保するために、Youtube 等の動画共有サービスに掲載すること。
- 潜在的な旅行者、顕在的な旅行者へ訴求するため、Youtube や SNS 等での動画広告、Display 広告などを活用し、長崎県観光連盟が指定するウェブサイトへと誘導を行うこと。
- 広告のプラットフォームは対象市場やターゲットへの到達角度の高いメディアを選択するものとし、目的に応じた最適な配信方法や配信回数の目安とともに、長崎県観光連盟と協議の上決定すること。
- 動画共有サービスへの掲載に必要な設定（動画のタイトル、説明、タグ、カテゴリ、公開範囲など）を効果的に行うこと。
- Google 広告等において、広告を配信するための必要な設定を実施し、広告の実施状況を確認するための閲覧権を長崎県観光連盟に付与すること。
- 動画配信によるウェブサイトの誘導状況やウェブサイトの滞在時間などの分析、動画の完全視聴率、視聴者の属性（年齢、地域、特性等）などデジタルプロモーションによる効果検証を定期的に長崎県観光連盟に報告をし、PDCAサイクルをまわしながら、施策のチューニングができる体制をつくること。

## ③配信方法

- 動画共有サービスに掲載した動画がインターネット上で広く視聴されるよう広告手法は、興味関心層への的確なリーチを考慮し、スキップ対応可能な手法を取り入れる等工夫をすること。
- 「Call-to-Action オーバーレイ※1」等を活用してウェブサイトへの誘導を図ること。

※1 Call-to-Action オーバーレイとは動画再生画面上で指定した外部サイトへのクリックを促す設定。

## ④目標KPI等

- 動画の視聴回数及び完全視聴率の目標KPIを設定すること。

- イ. 広告によって達成可能な「動画からのウェブサイト誘導数」について目標K P Iを設定すること。
- ウ. 目標K P Iで示した数値を達成した場合も予算の限り事業効果の最大化を目指して事業を継続すること。

#### (5) 主要な観光スポットの動画制作

- ①長崎県観光連盟が指定する主要な観光スポット4箇所程度（離島は除く）の動画を制作すること。（候補 稲佐山からの夜景、出島、平和公園、雲仙の街並み）
- ②動画の尺については30秒～60秒程度とする。

#### (6) 効果測定及び報告業務

- ①デジタルプロモーションを通じて、本県を訪れた日本人旅行者の動態を「移動」「滞在」の視点から把握する為に、「GPS解析データ」と「SNS解析データ」を活用し旅行者の動態の変化を調査・分析し効果測定を実施し報告をすること。
- ②広告配信完了後に、本事業が長崎県の認知、関心、来訪意向の向上へ与えた影響について、「ブランドリフト調査※2」や「サーチリフト調査※3」などを実施し、報告書を提出すること。
  - ※2 ブランドリフト調査とは広告に触れた人と触れなかった人に分け、前者が後者より認知度向上の効果が上がったかどうかを図る調査
  - ※3 サーチリフト調査とは広告に触れた人と触れなかった人に分け、二つのグループの検索行動データから、動画広告がその後の検索活動に反映されたかどうかを測る調査。

#### (7) 運営管理

- ①受託者は、本事業が効率的かつ適正に実施されるように、全ての工程における運営管理（各作業の進捗状況の把握、委託者への状況報告等）を徹底すること。
- ②運営管理を行う者は、十分なコミュニケーション能力を持つだけでなく、適切な課題解決策や方法等を提案でき、実績や知見、新たな発想等に基づいて円滑・確実に事業を推進できる能力を有すること。
- ③本事業に携わるスタッフの作業分担と作業量を適切に把握・管理し、計画の遅れが生じるなど、課題・問題等が発生した場合は速やかに原因を調査し、体制の見直しを含む対応策を提示し、委託者の承認を得た上で、これを実施すること。

#### (8) 委託金額の配分の目安について

委託金額の配分の考え方については以下のとおりとする。

- ・制作に係わる事項 委託金額の約3割
- ・デジタルプロモーションに係る事項 委託金額の約6割
- ・事業の効果測定及び分析、報告に係る事項 委託金額の約1割

#### (9) その他

- ①各業務に係る撮影、編集、制作・運用、調査、分析、会場費、交通費、報告等の一切の経費は全て委託金額に含むこと。
- ②本事業の実施スケジュール等を明らかにした業務計画書を作成し、長崎県観光連盟の承認を得ること。

### 4. 成果品の提出

## (1) 提出物

### ①動画コンテンツについて

- ア. 上記3-(1)-②で制作した観光動画についてはDVD（NTSC形式）により10枚づつ納品すること。
- イ. 上記3-(1)-②で制作した動画の4Kマスターデータ及び白素材データ一式をHDDで納品すること。

### ②報告書の提出

- ア. デジタルマーケティングに係る書類一式（A4判）を紙媒体2部及びCD-ROM1枚
- イ. 「GPS解析データ」と「SNS解析データ」を活用した旅行者動態調査報告書を紙媒体2部及びCD-ROM1枚
- ウ. ブランドリフト調査やサーチリフト調査などの報告書一式 紙媒体2部及びCD-ROM1枚

## (2) 提出期限 令和3年3月31日（水）まで

## (3) 提出先

〒850-8570 長崎市尾上町3-1（長崎県庁5F）  
一般社団法人長崎県観光連盟 情報企画部 中原 陽一

## 5. 成果の帰属及び秘密保持

(1) 本業務により得られた成果品（映像、画像を含む）の著作権、所有権、利用権は、無償で長崎県観光連盟に帰属するよう整理すること。また、事前の連絡なく加工及び二次利用できるものとする。

(2) 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。

### (3) 秘密保持

- ①本業務に関し、受託者から長崎県観光連盟に提出された提案書等は、本業務における契約予定者の選定以外の目的で使用しない。
- ②本業務に関し、受託者が長崎県観光連盟から受領又は閲覧した資料等は、長崎県観光連盟の了解無く公表又は使用できない。
- ③受託者は、本業務で知り得た長崎県観光連盟、長崎県及び事業者等の業務上の秘密を保持すること。契約期間終了後も同様とする。

## 6. 個人情報の保護

受託者は、本業務を行うに当たって個人情報を取り扱う場合には、その取扱いに十分留意し、漏えい、滅失及び毀損の防止その他個人情報の保護に努めること。

## 7. 再委託

本事業の再委託については承諾するが、事前に書面にて、再委託先ごとの業務内容、再委託先の概要及び体制と責任者を報告すること。但し、事業を推進するための打合せ窓口は代表受託者とする。

## 8. その他

受託者は、本業務の実施にあたって、不明瞭な点や改善の必要があると認められる場合は、長崎県観光連盟と協議すること。