ながさきメディアミックスプロモーション業務
仕様書

１．業務名
ながさきメディアミックスプロモーション業務

２．業務の目的
「九州応援ふっこう割」終了後に想定される集客の落ち込み緩和と冬の閑散期における誘客強化の一環として、本県が重点誘客ターゲットに定める関西及び福岡県向けプロモーションを実施する。

３．契約期間
契約締結日から令和９年３月 15 日(月)

４．履行場所
関西・福岡県・長崎県内及び業務上必要な場所

５．業務の内容
「長崎県観光振興基本計画 2026-2030」（第２章「観光の現状・課題」、第３章「観光振興の方向性」（国内向けプロモーション））に則った効果的なプロモーションを設計し、関西（大阪府・京都府・兵庫県を含む関西圏エリア）及び福岡県（以下、**「ターゲットエリア」**という）に係る適切な予算配分のもと実行すること。

また、下記項目における数値目標（番組視聴率や動画・WEB 広告等のインプレッション、特集ページ PV 数等）を明確にし、業務進捗・達成状況の定期的な共有、及び業務完了報告書において費用対効果や観光成果指標等を示すこと。

（１）キャッチコピー・ロゴについて
①キャッチコピー

ア．長崎県への観光を想起させ、高揚感のあるシンプルなキャッチコピーを提案すること（ただし、冬の閑散期シーズンや下記（２）訴求コンテンツに限定しない長崎県全域に関する通年用）

イ．下記（２）-①・②の訴求コンテンツに係るキャッチコピー（閑散期用）を提案すること。

②ロゴ

上記①-ア・イのキャッチコピーを用いたロゴを制作すること（当業務終了後も継続的に活用可能なもの）

（２）訴求コンテンツについて
①2027 長崎ランタンフェスティバル（2027 年２月５日(金)～ ２月 21 日(日)）

②ハウステンボス「ザ・スターライト・ミリオン」(2026 年 11 月６日(金)～2027 年２月 25 日(木))

※上記プロモーション素材（画像・動画等）については、長崎県観光連盟から提供する。

（３）デジタルプロモーションについて
下記①及び②の事業想定費は 222 万円とする（観光業界活性化プロモーション事業)。

①「ながさき旅ネット」特設ページ

ア．バナー制作

・長崎県観光連盟が提供する各訴求コンテンツの画像素材を活用し、特集ページ用ＴＯＰバナーの他、指定サイズにおいて複数種類制作すること。

※なお、特集ページＴＯＰバナーについては、イメージ案を制作し、企画提案書に示すこと。
（提案用指定サイズ：横 2,000×縦 900）

イ．ランディングページ

・構成案、テキスト案等を作成すること（ＣＭＳ登録作業は長崎県観光連盟が行う）

・訴求コンテンツのほか、「長崎の冬」「光」等に関連したコンテンツも紹介し、面的な楽しみ方を提案すること（例；冬グルメ、夜景、ナガサキタビブの記事活用、アクセス、tabiwa の HTB 割引チケット、長崎ランタンフェスティバル 公式サービス STLOCAL 等）

②ＷＥＢ・ＳＮＳ広告

ア．活用媒体・手法

ターゲットの旅行フェーズや行動性に合わせ、位置情報データ（Geo-targeting）やコンテキストターゲティング等を活用したメディアプランニングを行うこと。

イ．配信期間

契約締結日以降、準備でき次第速やかに開始することとし、令和９年２月 25 日(木)までの期間を対象とする。

（４）メディアプロモーションについて

①テレビ番組の誘致

ア．ロケ地

長崎市【ランタンフェスティバル会場】、佐世保市【ハウステンボス】
（上記いずれか一つでも可とする）

イ．番組

10 分以上の旅行に資する番組等（１本以上）

ウ．地上波放送エリア

ターゲットエリアを含む地域（関西エリア必須）

エ．放送期間

令和９年２月下旬まで

②動画制作・配信

ア．動画制作

長崎県観光連盟が提供する各訴求コンテンツの動画素材を活用し、15 秒動画を制作すること。

イ．動画配信プラットフォーム

広告表示回数や再生完了数等を考慮し、効果的な配信先・手法を提案すること。

ウ．配信エリア

ターゲットエリアに限定する。

エ．配信期間

契約締結日以降、準備でき次第速やかに開始することとし、令和９年２月 25 日(木)までの期間を対象とする。

（５）交通広告について

ア．予算

事業費想定は、1,100 万円（税込）とする。このうち、JR 九州管轄エリアが 550 万円（税込）以上である（観光業界活性化プロモーション事業）

イ．掲出先

ターゲットエリア及び長崎県の主要なＪＲ駅（そのうち JR 長崎駅・佐世保駅は必須とする）

ウ．手法

駅広告や電車内外の広告等、効果的と思われる手法を提案すること

（６）その他

上記（１）～（４）の他、効果的と思われるＰＲツールや手法があれば提案すること。

・例：ターゲットエリアにおけるロールアップや装飾品の掲出等
（ただし、大きさや量等、業務終了後の持ち運びや保管場所に十分配慮すること）
・例：限定ノベルティ製作・配布
・例：紙媒体（フライヤー製作・ポスティング、新聞広告、誌面掲載等）

６．成果品の提出

（１）提出する成果品

・業務の実施結果を記載した報告書（電子データ及び紙媒体１部）
・制作した動画・バナー、放番組の同録を格納したCD-R・DVD等
・製作したPRツール

（２）提出先

〒850-8570　長崎市尾上町３－１（県庁舎５Ｆ）
一般社団法人長崎県観光連盟　総務企画部マーケティング室　岸川 清香

７．成果の帰属及び秘密保持

（１）成果品の帰属

本業務により得られた成果品（映像（テレビ番組を除く）、画像を含む）の著作権は、長崎県観光連盟に帰属するものとする。

（２）秘密保持

①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。
②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。

８．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。

９．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。