

パブリックリレーションズ推進事業業務委託仕様書

1. 業務の目的

秋田県（以下、「県」という。）は観光来訪者数が東北の中で低位となっており、また、若者の県外流出率も全国的に見て非常に高い状況である。こうした状況を踏まえ、観光・移住等の分野において「秋田県を選んでもらう」ことにつなげるため、首都圏に拠点を置く全国主要メディア等に対して効果的なパブリシティ活動を実施し、全国メディアにおける県の露出を増加させ、観光・移住等の分野における県の魅力を幅広く発信することで、県外（主に首都圏）における「秋田県の魅力・認知度の向上」を図る。また、発信の結果を分析し、県が今後狙っていくべきターゲットの掘り起こしを行う。

2. 業務の委託期間

契約締結日から令和8年3月31日まで

3. 委託業務の内容

業務の内容は、次の各号に掲げるとおりとする。

(1) 取組方針

ア 首都圏に拠点を置く影響力の高い全国メディアや全国にリーチできるメディア(テレビキー局、全国紙(新聞、雑誌)、Webメディアなど)へのパブリシティ活動に重点をおき、メディアの取材意欲を喚起し、首都圏における県の認知度向上に資する情報発信を行うこと。

イ 県外（特に首都圏）のエンドユーザーが「秋田県」に興味関心を持ち、WebやSNS等で検索を行うほか、県の観光・移住等の幅広い魅力や体験などを多様な切り口で発信し、県の認知度を高める効果が期待されるメディア露出に繋げること。

ウ 多様な切り口で「秋田県」に関する情報発信をおこない、県に求められるニーズを掘り起こし、県が今後狙っていくべきターゲットの提案を行うこと。

エ 情報発信の内容・スケジュールについては、県及び県が委嘱するマーケティング戦略アドバイザーと協議の上、観光・移住等の県の各種施策・取組の内容・進捗状況を反映すること。

オ 県の魅力・認知度のさらなる向上に向けて、令和8年度以降の継続・発展を考慮したものとする。

(2) 首都圏メディア向けオリエンテーション資料の制作

主に首都圏に拠点を置く全国メディアを対象として、県の幅広い魅力や体験をPRする資料を制作し、取材やメディア露出に繋がるよう最適な方法を用いて配信すること。

(3) プレスリリース及びニュースレターの作成・配信

ア 県が実施する事業・イベント等について、情報の性質に適したメディアを選定

し、プレスリリース及びニュースレターを作成・配信すること。

イ 配信先はテレビキー局報道・情報番組、新聞・雑誌・Web 等 500 件以上とし、メール・FAX 等最適な方法を用いること。

ウ 内容は委託者と協議の上決定し、写真・図版を添付して速報性・独自性を高めること。

(4) 首都圏メディアへの売り込み及びリレーション構築

ア 全国的に影響力の高い首都圏に拠点を置くメディアや全国に幅広く情報をリーチできるメディア（テレビキー局（地上波）の情報・バラエティ・報道番組、全国紙、雑誌、Web メディア等）を中心に個別取材や露出等の誘致活動を行い、露出を獲得すること。

イ 番組担当者等との関係強化のため、都内においてメディア向け説明会及びメディアキャラバン（又はオンラインピッチ）を実施すること。メディアキャラバンは月 3 回以上行うこと。

(5) メディア・インフルエンサーの招へい

- ・プレスツアーや個別のメディア招へい等を行い、取材を誘致すること。
- ・招へいメディアの募集・コンタクトや、取材に必要となる、交通・宿泊等全行程の手配、取材先との調整（現地対応含む）等一切を行うこと。
- ・プレスツアーは、より多くのメディアの参加につながるよう、県の魅力が伝わる企画を設定し、企画に沿った地域、観光資源、施設等を提案すること。なお、提案内容は県と協議の上決定する。
- ・メディアの取材の効果が最大化できるようインフルエンサーを活用すること。
- ・取材の行程は、メディアとインフルエンサーとで区別して作成すること。
- ・招へいにかかる経費は、全て受託者が負担すること。
- ・招へいするメディア及びインフルエンサーは、県と協議の上決定すること。

(6) メディアとのタイアップ企画の実施

- ・県の魅力を伝える全国ネットでの情報番組において、タイアップ企画を実施すること。なお、タイアップ企画は 2 件以上とし、全国ネットでのテレビ情報番組の企画で少なくとも 2 件以上（1 件あたり 5 分以上）の露出を図ること。
- ・タイアップするメディアは、県と協議の上決定すること。

(7) クリッピング及び効果測定

ア パブリシティ活動の効果を測定するため、露出を獲得したテレビ・新聞・雑誌・Web 等のクリッピング及びモニタリングを毎月行い、番組映像・記事・PDF 等のデータを納品すること。

イ 媒体別件数、広告換算額を算定し、費用対効果を検証すること。

ウ パフォーマンス効果として、SNS 等における話題化を測定するとともに、露出に至った取材先施設・事業者へ可能な限りヒアリングし、反響を把握すること。

(8) ニーズ及びターゲットの提案

ア SNS 検索動向や、インターネット検索動向を定量的に分析し、メディア露出と

時系列で照合することで、世論の関心の高まり（トレンド）への寄与度を明確に把握すること。

イ 上記の分析に基づき、県の個別施策（観光、移住、物販等）における、今後狙っていくべきターゲットの提案を行うこと。

(9) 成果指標及び目標値

ア 本業務の目的を達成する上で必要な目標値として、全国テレビキー局において 2 回以上及び全国紙やその他メディアでの特集記事において 10 回以上の露出獲得を設定すること。

イ 本業務における契約期間内の広告換算額の目標値として 10 億円以上を設定すること。

ウ その他、本業務の目的を達成する上で必要な目標項目や目標値がある場合は、具体的に設定し、その内容を提案書に記載すること。（プレスリリース及びニュースレターの配信件数、各メディアとの接触件数、効果の高い露出が想定される具体的な媒体名、SNS 等での話題化ほか）

エ 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。

(10) 業務実施計画・報告

ア 契約締結後速やかに事業計画書を作成し提出すること。

イ 業務進捗及び露出・広告換算額の一覧、検証結果を毎月報告し、月 2 回以上委託者と打合せを行うこと。

ウ 業務終了後、実績報告書を作成し、活動実績・露出媒体・反響等を取りまとめ納品すること。

4. 成果物

(1) メディア向けオリエンテーション資料（電子データ）

(2) プレスリリース・ニュースレター（電子データ）

(3) メディア露出映像・記事データ一式

(4) 月次報告書（広告換算額含む）

(5) 実績報告書

5. 業務実施体制

- ・本業務実施に当たっては、業務実施責任者 1 名及び業務担当者 2 名以上のほか、県及び県が委嘱するマーケティング戦略アドバイザーと連携して業務進行を行う担当者 1 名を配置すること。
- ・業務担当者 1 名並びに県及び県が委嘱するマーケティング戦略アドバイザーと連携して業務進行を行う担当者 1 名については、県との打合せ等に参加させること。また、電話、メール等にて迅速かつ確実な連絡体制をとること。
- ・県及び県が委嘱するマーケティング戦略アドバイザーと連携して業務進行を行う

担当者1名については、パブリックリレーションズ及びマーケティングに関する知見を有し、関連分野において豊富な実務経験がある者とする。なお、当該担当者の決定・変更に当たっては、県と協議するものとする。

6. 経費

本業務の実施に要する一切の経費は委託料に含むものとし、企画提案の内容を満たさない場合は委託料を減額することがある。

7. その他留意事項

- (1) 業務内容の実施に当たっては、企画提案内容に基づき、県と協議を行い、双方合意した内容により行うものとする。
- (2) 本業務の全てを第三者に再委託してはならない。ただし、あらかじめ県に協議を行い、県が承認した場合のみ、業務の一部を第三者に再委託することができる。
- (3) 業務全体の企画及び準備、運営等当該事業の実施に必要なスタッフを確保すること。
- (4) 受託者は、本業務（再委託を含む。）を実施する上で知り得た情報を目的外の利用や第三者に開示、漏えいしてはならない。また、契約終了後にあっても同様とする。ただし、予め県の承認を得たとき、又は受託者の責めに帰すべき事由によらずして公知となったときは、この限りではない。
- (5) 本業務の実施に当たり、著作権、肖像権や個人情報を取り扱う場合は、関係法令等を遵守すること。
- (6) 成果物の著作権（著作権法（昭和45年法律第48号）第27条及び28条に規定する権利を含む。）及び業務の結果生じるその他の権利は県に帰属するものとする。県は受託者の承諾無しに加工及び二次使用できるものとする。
- (7) 受託者は、県との協議により定めた金額の範囲内において、委託料の概算払を請求することができる。
- (8) 本仕様書に定めのない事項で、かつ、業務遂行上必要となる事項については、その都度、県と事前協議を行い、調整を図るものとする。
- (9) 本仕様書はプロポーザル用であり、県および県が委嘱する秋田県マーケティングアドバイザーと選定された契約候補者との間で別途協議の上、契約内容等を締結するものとし、協議の中で企画提案書等の内容から変更する場合がある。