

# 食を活用した誘客促進事業業務委託仕様書

## 1 業務の目的

本業務は、秋田県（以下、「県」という。）において、観光客数が比較的落ち込む初夏及び冬季への対策として、季節変動に左右されない「食（飲食店）」情報の発信を行うため、新たに食情報に特化した Instagram アカウント（以下、「新アカウント」という。）を立ち上げる。秋田県公式観光 Instagram「秋田観光【公式】」との連携や、クリエイター・インフルエンサー（以下、「クリエイター等」とする。）の訴求力を活用した効果的な情報発信を行うことで、「秋田の特定の飲食店を目標として来県する」目的型観光（デスティネーション・レストラン）の創出を目的とする。

## 2 新アカウントのコンセプト及びターゲット

### (1) ターゲット設定

新アカウントは、首都圏等在住の食への関心及び支出意欲が極めて高い「食の愛好家（いわゆるフーディー）」をターゲットとして設定する。

そのため、観光名所巡りよりも、「その土地ならではの最高峰の食体験」を求めて旅行する層（ガストロノミー・ツーリズム関心層）に向け、美味しい料理と酒を目的として来県する「大人の一人旅」や、その感動を共有するための「夫婦・パートナーでの旅行」を想定した運用戦略を立案すること。

### (2) コンセプト策定

「秋田ならではの極上の食体験」を主軸とし、来県意欲を強く刺激する全体コンセプトを企画すること。

掲載する飲食店や宿泊施設は、いわゆる高級店・高級宿（高価格帯のレストランや割烹、高級旅館等）のみに限定するものではなく、価格帯を問わず、質の高い料理を提供する名店や、県産食材や地酒等へのこだわりを持ち、秋田らしい特色ある食を提供する店（地域に根差した大衆的な居酒屋等を含む）、「美食の宿」等を広く対象とすること。

ただし、単に安さやボリューム、流行のみを追求した店舗や、素材へのこだわりを持たない大衆食、一般的な B 級グルメ等は、本事業の目的に合致しないため対象外とする。

単なる店舗情報のカタログではなく、店主や料理人のこだわり、料理や食材の背景にあるストーリー（生産者の思いや地域の食文化等）、上質な空間の居心地の良さなどを丁寧に発信すること。「この一杯と一皿のために秋田へ行きたい」とターゲットに思わせるような、中長期的な秋田ファン（リピーター）の育成に繋がるアカウントづくりを目指すこと。

## 3 業務期間

契約締結の日から令和 9 年 3 月 31 日まで

## 4 実施目標（KPI）

受託者は、本事業において以下の目標値を達成すること。なお、（2）達成目標の具体的な数値（○の部分）については、受託者からの企画提案をもとに、契約締結後に県と協議の上で最終決定するものとする。

### (1) 実施目標（アウトプット）：

- ・コンテンツ投稿数：合計 36 投稿以上

- ・食の背景や文化（食材、器等）を深掘りする重点投稿：合計6投稿以上  
 ※アカウント全体の基本方針として「秋田ならではの極上の食体験」を発信することを前提とし、月に1回以上はさらに美食層の関心を深く惹きつけるため、秋田ならではの県産食材の生産背景や、料理・酒を引き立てる器（伝統的工芸品や作家もの等）といった「食にまつわる背景・文化」にフォーカスした高品質なコンテンツを重点投稿とする。

(2) 達成目標（アウトカム）：

- ・本事業により実施した投稿の総保存数：○件以上
- ・本事業により実施した投稿の総共有（シェア）数：○件以上  
 （※上記に加え、掲載店舗とのコミュニケーションを通じて「SNSを見て来県したお客様がいた」といった定性的な反響の収集に努めること。また、指定ハッシュタグや位置情報等を用いたUGC（ユーザーの自発的な投稿）の発生状況を把握し、来県の波及効果を分析すること）

## 5 業務内容

受託者は、以下の業務を実施すること。なお、実施にあたっては県と協議のうえ決定すること。

(1) アカウントの立ち上げ及び企画

- ・アカウント開設  
 新アカウントの立ち上げに伴う開設作業を行うこと。
- ・運用戦略・企画の立案  
 上記「2 新アカウントのコンセプト及びターゲット」に基づき、中長期的な秋田ファンの育成に繋がる具体的な運用戦略を立案すること。
- ・掲載店舗の選定  
 本事業のターゲット層及びコンセプトに合致する県内飲食店をリサーチし、リストを作成すること。  
 県が公式に特定の飲食店を発信するという事業の性質上、特定の店舗に不当に偏らない「公平性・客観性」を担保する必要があるため、企画提案時にその選定方針や基準（考え方）を具体的に提示すること。  
 契約締結後、県と協議の上で詳細な選定基準を確定し、その基準に基づいて選定すること。実際の掲載店舗は、同リストを基に県と協議の上で決定する。
- ・波及効果の観測・分析手法の構築  
 アカウントの運用が実際の来県や認知拡大にどの程度寄与しているかを把握するため、SNS上での自然発生的な反響（指定ハッシュタグや位置情報を活用したUGCの発生状況等）を観測・可視化するための具体的な手法について、企画提案時に提示すること。

(2) 投稿制作・投稿運用

- ・投稿形式及び頻度  
 リール動画を基本とし、カルーセル投稿を適宜活用しながら、契約期間中に最低36本の投稿を行うこと。また、月の投稿本数は6本を目安とし、都度県と協議の上、柔軟に月の投稿本数を調整の上、契約期間中の投稿本数を達成すること。
- ・業務範囲  
 月6本程度の投稿について、次のとおり作業すること。

①リール動画

月5本程度、そのまま投稿可能な完成状態（キャプションを含む）に仕上げること。

## ②カルーセル

月1本程度、1投稿につき5枚以上の画像（動画を含むことも可）を使用し、そのまま投稿可能な完成状態（キャプションを含む）に仕上げること。

### ・投稿コンテンツの作成

本事業における投稿コンテンツは、単なる料理の紹介にとどまらず、コンセプトに基づく「店主や料理人のこだわり」「居心地の良さ」等が伝わるよう、以下の手法を柔軟に組み合わせて受託者が作成・編集を行い、新アカウントで投稿可能な完成状態まで仕上げること。

なお、Instagramのアルゴリズム（発見タブ等への露出効果）への最適化と、ターゲット層への深い訴求を両立させるため、1店舗の魅力を複数回に分割して発信する手法は原則として行わないものとする。1つの投稿（リール動画またはカルーセル投稿、およびキャプションの総体）を通じて、料理の魅力、店主のストーリー、空間の居心地の良さ等が包括的に伝わる構成とし、1つのパッケージとして完結させること。

特に、動画や画像内のビジュアル（視覚的要素）による直感的な訴求と、キャプション（文章）を用いた背景や文化の深掘りを効果的に組み合わせ、ユーザーの滞在時間を最大化させる工夫を凝らすこと。

ア クリエイター等の制作物の活用（必要に応じた不足部分の補完や編集を含む）

イ 受託者自身による対象店舗への現地取材及び撮影

ウ 受託者がすでに保有している写真・動画素材の活用（著作権、肖像権等の権利処理が完了しており、本事業での利用・二次利用に問題がないものに限る）

エ 一般ユーザーが投稿した高品質なUGC素材の買い取りや利用許諾取得による構成・編集（※本事業が求める品質基準を満たすものに限る。また、アカウントの世界観を統一するため、必要に応じて元素材の魅力を損なわない範囲で色調補正等の加工・調整を行うこと）

オ 掲載対象となる店舗から直接提供を受けた写真・動画素材の活用（店舗側で権利処理が完了しており、本事業での利用・県の二次利用に問題がないものに限る。※上記エと同様に、本事業の品質基準を満たすもの限り、必要に応じた加工・調整を行うこと）

### (3) クリエイター等の調整・制作ディレクション

投稿コンテンツの素材制作にあたり、以下のディレクション等を行うこと。

#### ・クリエイター等の選任・起用

月6本目安・合計36投稿以上の高品質なコンテンツを安定して制作・納品できる適切な制作体制を構築すること。人数は問わないが、以下の条件を全て満たすクリエイター等を選任または起用すること。なお、外部からのキャスティングに限定せず、受託者の社内スタッフをクリエイター等としてアサインすることも可能とする。

ア 秋田県在住、または秋田県にゆかり（出身、活動拠点等）があること

イ 本業務の趣旨を理解し、秋田県魅力を効果的に発信できる表現力を有すること

ウ 本業務におけるクリエイター等は、新アカウント向けの魅力的なコンテンツ（動画・写真等）を制作する役割を担うため、日頃からSNSでの発信を行っており、Instagramのアルゴリズム（発見タブへの露出や、滞在時間・保存数を伸ばす仕組み等）に関する最新の知見と、ターゲット層の関心を惹きつける高いコンテンツ制作スキル（撮影・編集・構成力等）を有していること

エ 落ち着いた照明下の飲食店やバー等において、料理や酒の魅力を引き出す十分な撮影・編集技術を有していること

・制作指示・スケジュール管理

起用したクリエイター等に対し、コンセプトに基づいた具体的なコンテンツ制作の指示を行い、投稿完了までの工程及び納期を管理すること。

・投稿前審査

クリエイター等が制作したコンテンツの下書き（ラフ・動画案）を事前に確認し、意図に沿った内容であるかチェックすること。

・調整業務

選定した店舗への趣旨説明、取材・撮影依頼、及び SNS 掲載に関する各種許諾の取得等、制作進行上必要となる各種調整を行うこと。

・法令・規約等の遵守

本業務を履行するにあたり、関連法令、ガイドライン、及び各プラットフォームの利用規約を確認し、これらを遵守していることを受託者の責任において監督すること。万一問題が発生した場合は、受託者が責任を持って対応すること。

(4) 分析・報告

・投稿後の各数値（保存数、共有数、エンゲージメント率等）の分析に加え、上記で構築した手法に基づく UGC の発生状況や、掲載店舗とのコミュニケーションから得られた定性的な反響（「SNS を見て来店した人がいた」等のエピソード）を集約・分析し、レポートを提出すること。

・レポートの提出時期は次のとおりとする。なお、詳細な日程については県と協議のうえ決定すること。

履行内容	報告内容	報告期限
中間報告	令和 8 年 12 月までの測定結果	令和 9 年 1 月上旬
実績報告	委託期間通期の測定結果	業務完了日まで

6 著作権等について

(1) 本業務により制作された成果物の著作権（著作権法第 27 条及び第 28 条の権利を含む。）は全て県に帰属するものとし、県は、制作されたコンテンツ（動画データ、写真、テキスト等）を、Instagram のほか SNS、ウェブサイト、パンフレット、広告等において受託者やクリエイター等の承諾なく自由に二次利用できるようにするため、権利処理を行うこと。ただし、疑義がある場合は、協議の上、定めるものとする。

(2) 受託者は、県に対して、クリエイター等が著作者人格権（公表権、氏名表示権、同一性保持権）を行使しないように権利処理を行うこと。

7 納品物一覧

(1) 業務完了報告書

(2) 分析レポート（インサイトデータ等の分析結果を含む）

(3) 制作したコンテンツの各種データ（納品形式は別途協議）

(4) 選定飲食店のリスト及び選定プロセス・選定理由がわかる資料

8 事業の進行・運営体制に関する特記事項

本事業の目的および目標（KPI）を最大化するため、デジタル環境の変化（SNS トレン

ドの移行等)に合わせ、実施期間中であっても柔軟に施策の最適化を図れる進行運営体制を構築すること。

なお、目的達成に向けた手法の最適化に伴う仕様の微調整については、本仕様書で定めた基本方針(ターゲット設定、投稿本数等の必須業務)を逸脱しない範囲において、全体予算内で柔軟に対応するものとする。ただし、業務量の大幅な増減や追加費用を伴う変更が必要となった場合は、県と受託者で協議の上、決定するものとする。

## 9 その他

(1) 受託者は本業務(再委託をした場合を含む。)を履行するうえで、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。万一問題が発生した場合は、受託者が責任を持って対応すること。

(2) この仕様書に定めのない事項については、協議の上、決定するものとする。

(3) 本業務の遂行に伴い発生する一切の経費(受託者及びクリエイター等の移動にかかる交通費・宿泊費、対象店舗での取材にかかる飲食代、コンテンツ制作費、機材費、各種許諾取得費用等)は、すべて委託料に含まれるものとする。