

秋田県ブランドプロモーション業務委託仕様書

1 目的

本業務は、秋田県の新たなブランドを県内外に効果的に発信し、国内外のターゲットから「選ばれる秋田」を確立するとともに、秋田の県民の郷土への愛着と誇り（シビックプライド）を醸成することを目的とする。

本県は、穏やかな風土や豊かな食文化など、これまでも漠然とした良質なイメージを持たれてきた。現在、これを県外や海外に対して的確かつ力強く伝えるため、株式会社日本デザインセンターの原研哉氏による総合プロデュースにより、新ブランド（ロゴマークやキャッチコピー等）の制作を進めている。

本事業は、こうした漠然としたイメージを、明確かつ大きな統一ブランドとして再構築し、県内外に強く打ち出していくことを図るものである。

これにより、

- ・ 単なる一過性の情報発信に留まらない、観光誘客の促進、移住・定住の拡大、物産振興など、多面的な地域経済・社会への持続的な波及効果
 - ・ 本事業に始まる一連のブランディングのプロセスを通じた、県民に広く愛され、末長く受け入れられる「あきたブランド」の確立
- につながる革新的なプロモーションの提案を期待する。

2 委託期間

契約締結の日から令和9年3月31日まで

3 事業概要

(1) 委託額の上限

30,467,800円（消費税及び地方消費税を含む）

(2) 本事業におけるターゲットについて

主に県内在住者及び県外に在住する旅行や地方産品に関心のある層をメインターゲットとする。

4 業務内容

秋田県の新たなブランド（ロゴマーク・キャッチコピー等）について、プロモーションを展開すること。プロモーションの展開にあたっては、以下の要件を踏まえて事業を構築すること。

- ・ 県の個別キャンペーン（観光、県産品販売、移住等）や各ブランド（県内各市町村のブランドを含む）との整合性を図ること。
- ・ 単発のリアルイベントや一過性の取組に留めず、デジタルメディア、各種広報媒体等を活用した継続的な話題化を図り、秋田県及び秋田県の新たなブランドへの好意的な評価を長期的に生み出すことに努めること。
- ・ 県民から長く愛され共感を得られる（シビックプライドの醸成）工夫を行うこと。
- ・ 本事業が県のイメージアップにとどまらず、観光、県産品販売、移住など県政の幅広い分野におけるターゲットの行動変容につながるよう、令和9年度以降の各分野でのブランド展開を見据えた企画内容とすること。
- ・ 上記との関連で、特に県外においては、メディア露出や多角的な情報発信等での話題化により、本県への来訪意欲の喚起や応援機運の醸成などの行動変容を促す仕掛けを講じること。

受託者は、業務を一括して実施するものとし、各業務の予算配分は提案によるものと

する。なお、各業務に最適な予算配分をし、それぞれ示すこと。

(1) プロモーション施策の策定・実施、進行管理、クリエイティブ等の作成

①メディアPRおよびSNS等を含めた各種広告・情報発信施策の策定・実施

- ・ 本事業のターゲットを考慮した効果的なプロモーション計画を策定し、SNSでの波及効果や好意的な評価を定着させる各種施策を実施すること。ただし、策定した内容は甲が協議の上変更を指示する場合がある。
- ・ プロモーション計画と併せて、本仕様書及び事業の趣旨を踏まえた本事業全体のスケジュール等を示した実施計画を策定すること。
- ・ メディアPR（パブリシティ）及びSNSプロモーション等の実施は必須とし、最大限に活用すること。それ以外の広報手法については、以下のウ〜オに掲げる手法を例示とするが、これらにとらわれず、ターゲットの特性を踏まえた効果的な手法を積極的に提案すること。

○広告期間：契約締結日～令和9年3月31日

(ア)メディアPR【必須】

ウェブメディア、テレビ、新聞等への露出を図るパブリシティ活動（プレスリリース配信、メディアキャラバン、PR TIMES等）

※AI検索への対応を随時行うこと。

(イ)マーケティング視点を用いたSNSプロモーションなどの活用等【必須】

Instagram、Facebook、X（旧Twitter）、LINE等のSNSを活用した広告展開

(ウ)新聞広告（例示）

県内の購読率の高い新聞を活用した県民向けの広告記事

(エ)県内交通広告（例示）

県内の主要駅、空港等への広告展開

(オ)県外交通広告（例示）

駅、空港等の旅行や移住と親和性の高い交通系の広告媒体を活用した広告展開

- ・ デジタル広告（SNS広告やウェブ広告等）の運用にあたっては、単一の広告素材による固定的な配信にとどまらず、ターゲットの属性や検索意図、世の中のトレンドに合致するように、複数の広告素材（画像、動画等）を制作し、並行して配信すること。
- ・ 各広告素材の反応（クリック率、コンバージョン率、視聴維持率等）をリアルタイムで分析し、広告効果の高い媒体や手法へ予算アロケーションを柔軟に最適化すること。
- ・ 分析結果に基づき広告素材の差し替えや微調整を適宜行い、常に広告効果の最大化を図る体制を構築すること。また分析結果や調整の状況について、随時甲に対してレポートを行うこと。
- ・ 新たなブランドが「県民に愛されている」「県民から支持されている」ことを県内外に示す、ファクトに基づく情報発信を行うなど、新たなブランドの訴求力を高める仕掛けを講じること。

②ブランドのお披露目イベントの企画・実施

【企画内容】

- ・ メディアの注目を集める効果的な仕掛けを取り入れ、本県の魅力を深く伝える企画を提案・実施すること。また発表後においても、多様なメディア等を通じて広く共感を獲得し、本県への来訪意欲が持続するような波及力のある企画とすること。

- ・ お披露目イベントでは、知事および原研哉氏が登壇し、新たな「ロゴマーク」および「キャッチコピー」を発表することを想定しているが、メディア露出や話題化するための、登壇者の柔軟なキャスティングや演出を自由に提案すること。
- ・ 単なるステージでの発表にとどまらず、本県への来訪や県産品の購買意欲につながるよう、ブランドコンセプトに基づき本県の地域資源や特徴を活かした企画とすること。

【開催日時】

令和 年 月 日 () ※秘密保持契約を結んだ事業者にのみ開示。

【開催場所】

- ・ 原則として東京都内を想定しているが、継続的な話題性の創出やプロモーション効果の最大化が見込める場合は、秋田県内やその他地域での開催やそれらの組み合わせを含めた提案も可能とする。
- ・ 会場選定にあたっては、プロモーションの趣旨に合致した説得力のある背景・ストーリーを有する場所を提案すること。
- ・ 提案金額（見積金額）には、会場借上料等の会場に関わる費用を含めること。

(2) 商標権に関する調査及び出願支援業務

①先行商標調査

受託者は、本業務において使用するロゴマークとキャッチコピー（以下「ロゴ等」という。）について、第三者の知的財産権（商標権等）を侵害していないか、事前に弁理士等の専門家を通じた商標調査（先行商標調査）を行うこと。なお、当該専門家は県内に事業所等を有する者で、かつ国際出願経験がある者とし、その選定にあたっては事前に県と協議したうえで実施すること。

②商標出願申請

調査の結果、他者の権利侵害の恐れがないと判断されたロゴ等について、受託者は県が指定する区分での商標出願に必要な書類（願書等）の作成及び出願手続きを、有資格者（弁理士等）へ委託して実施させること。

- ・ 商標の出願人は「秋田県」とし、商標権は秋田県に帰属するものとする。
- ・ 出願に必要な特許印紙代等の各官庁への納付費用（出願料）及び、受託者の作業経費、弁理士等の専門家への手数料（調査費・出願代行料等）は、本委託費に含めるものとする。
- ・ 本業務の範囲は「出願手続きの完了」までとし、その後の審査対応や登録料の納付は本業務の対象外とする。
- ・ 出願申請にかかる印紙代及び現地代理人費用については消費税を課さないこと。

③対象国及び出願区分

(ア) 先行商標調査の対象国

日本（11 区分× 2 件）、台湾（7 区分× 1 件）、中国（7 区分× 1 件）

(イ) 商標出願申請

日本（11 区分× 2 件）、台湾（7 区分× 1 件）

※なお、出願区分については、県が別途指定するものとする。

5 実績報告及び成果品の引き渡し

事業を完了したときは、遅滞なく県に対して委託業務完了届、実績報告書、収支精算書、その他県が指示する資料等を提出すること。なお、各フェーズにおいて、県が指定する時点で中間納品を求めた場合は提出すること。

【成果品】

- ・ 4 (1) ①②において制作した物
- ・ 4 (2) ①の商標調査結果報告書、②の出願書類控
- ・ 実績報告書
本事業による広告宣伝の効果（リーチ数、クリック数、露出を獲得したメディア等のクリッピング等）を報告すること。

6 業務進行に伴う条件等

(1) 業務実施体制について

本業務実施にあたっては、以下の要件を満たす実施体制とすること。

- ・ 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、県との打合せ等に出席させること。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。
- ・ プロジェクトを成功に導くため、本事業のチーム体制には、クリエイティブディレクターやコミュニケーションプランナーで、各施策を強力かつ効果的に推進できる専門人材を組み込むこと。
- ・ 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実務経験がある者とする。なお、当該担当者の決定・変更にあたっては、県と協議するものとする。

(2) 打合せについて

制作方針、実施内容及びデザイン等については、乙からの企画提案時の提案資料をもとに、甲との打合せを踏まえながら修正を加え、最終決定するものとする。乙は、甲が求める随時の打合せに対し、オンラインミーティング等も活用した上で速やかに応じられる体制を整えることとする。

7 契約に関する条件等

(1) 個人情報の取扱い

県及び受託者は、個人情報の保護に関する法律及びセキュリティポリシーに十分留意しなければならない。

(2) 再委託等について

- ① 乙は、本業務のすべてを第三者に再委託し、または、請け負わせてはならない。
- ② 乙は、本業務の一部を第三者に再委託することができるが、その場合は再委託先の概要と責任者を明記し、再委託する業務の内容、制作の体系図及び工程表を事前に書面にて提出して甲の承認を得るものとする。
- ③ 乙は、上記②により再委託する場合には、可能な限り秋田県内に主たる営業所等を有するものの中から再委託先の相手方を選定するよう努めるものとする。

(3) 権利の帰属等

- ① 成果物の著作権（著作権法(昭和45年法律第48号)第21条から第28条までに定める全ての権利を含む。）及び所有権は甲に帰属することとする。ただし、正当な理由により甲に帰属させることが困難な場合等の取扱いについては、甲乙協議の上定めるものとする。
- ② 成果物の二次使用（増刷、ウェブサイトでの配信、他媒体への転用等）については、基本的に本業務契約に含むものとし、乙は著作権者人格権を行使しないものとする。

(4) 機密の保持

乙は本業務（再委託をした場合を含む。）を通じて知り得た情報を機密情報として扱い、目的外の利用、第三者への開示、漏えいをしてはならず、契約終了後も同様とする。

(5) 関係法令の遵守

乙は本業務（再委託をした場合を含む。）を履行する上で、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ものとする。

(6) 経費について

本業務の遂行に要する経費（素材収集費、旅費、通信運搬費等を含む）は、すべて委託料に含むものとする。なお、画像素材等について甲が保有している素材の使用を希望する場合は、甲乙協議の上、使用を認める場合がある。

(7) その他

この仕様書に定めのない事項については、甲乙協議の上、決定するものとする。