

令和8年度若年層をターゲットとした  
愛媛旅行認知向上プロモーション業務 委託業務仕様書

1 業務名

若年層をターゲットとした愛媛旅行認知向上プロモーション業務

2 事業目的

愛媛県の国内観光客数及び日本人延べ宿泊者数は、新型コロナウイルス感染症の影響から回復基調にあるものの、令和元年の水準には達しておらず、特に若年層の旅行需要の取り込みが喫緊の課題となっている。

本業務は、デジタルマーケティングを活用した戦略的なプロモーションを実施することで、若年層における「愛媛県＝旅の目的地」としての認知拡大を図るとともに、県公式観光サイト「いよ観ネット」<sup>※1</sup>への来訪者のエンゲージメント（関心度・熱量）を高め、将来的な来訪意欲の喚起及び実際の誘客につなげることを目的とする。

具体的には、R 7年度に制作した「疲れたら、愛媛。」の世界観<sup>※2</sup>を前提に、「若年層の共感」をキーに設定し、若年層に支持されているクリエイター視点にて「愛媛旅への目的」となる食を中心とした愛媛の魅力を発信することで、事業目的の達成を図ることとする。

※1 県公式観光サイト「いよ観ネット」 <https://www.iyokannet.jp/>

※2 「疲れたら、愛媛。」のキービジュアル、サブビジュアル等はこちら  
<https://www.iyokannet.jp/news/501>

3 履行期間

契約締結の日から令和9年3月31日まで

4 委託料上限額

金 35,000,000 円（消費税及び地方消費税を含む）

5 事業概要

(1) 事業のターゲット像

愛媛県の強みである「食」を核とし、「癒し（温泉、古い町並み、自然景観）」に親和性が高く、関西・中四国等の近隣県から車（レンタカー含む）での周遊が見込める以下の層を設定する。

【コアターゲット】

20代～30代の若年女性（イノベーター・アーリーアダプター層）

既存の定番観光地だけでは満足せず、未だ知られていない地域独自の体験や食文化を自ら発掘することに価値を感じる層。自身の「発見」を SNS 等で熱量高く発信し、周囲のトレンドを形成できる影響力を持つ。

## (2) 事業の数値目標 (K P I)

本事業では、以下の通り数値目標を設定する。これらの数値は本事業における必達目標であり、受託者はこの達成に向けた具体的な計画を提案すること。

### ① 主要K P I (最重要指標)

「いよ観ネット来訪者のエンゲージメント増加」

ア. 本事業では、以下のエンゲージメント数（人数）の獲得を目指す。

- ・上期の目標：25,460 エンゲージメント
- ・通期の目標：70,000 エンゲージメント

※動画配信期間後、一ヶ月の期間を対象

イ. 上記は、上期及び下期の期間それぞれ1回ずつ配信を行い、P D C Aによる改善効果（下期におけるクリック率・エンゲージメント率の向上）を見込んだシミュレーション数値である。

ウ. エンゲージメント数の具体的な定義は、「10秒以上の滞在」「2ページ以上の閲覧」「リンクをクリック」のいずれか1つクリアした場合にカウントすることを想定している。

### ② 補足的な指標

施策の成果を検証・補強するため、以下の指標についても必ず取得し、報告すること。

ア. ブランドリフト値（広告接触による認知度や好意度の上昇率）

イ. サーチリフト値（広告接触後の検索行動の上昇率）

### ③ その他の指標

動画視聴回数、完全視聴率、クリック率（CTR）、クリック単価（CPC）など、施策の効率性を測る指標。その他事業の目的を達成する上で設定すべき KPI があれば併せて提案すること。

### ※提案のポイント

上記 KPI について、達成に向けて具体的な計画を根拠立てて提案できているか。また、KPI 達成に向け、各指標それが連動したスキームで整理でき、また、そのために必要な別途指標を提案できているか。

## 6 ブランドコンセプト作成

5で設定したターゲットに対し、愛媛県の観光資源（特に食の魅力）が持つ

魅力を最大限に伝え、行動変容（認知→検索→サイト来訪→エンゲージメント）を促すことを目的としたブランドコンセプトを設計・提案し、協議会と協議の上確定すること。

## 7 ブランドディレクション業務

### （1）プロモーション計画の策定

R7年度に制作した「疲れたら、愛媛。」の世界観を前提に、6のコンセプトに基づき、事業目的及びKPIを達成するための最適なプロモーション計画（カスタマージャーニーマップ等を含む全体設計図）を策定すること。なお、予算配分にあたっては、KPI達成に必要十分な広告媒体費（メディアバイイング費用）を確保した計画とした上で各種業務をディレクションすることとし、協議会と協議の上確定させること。

### （2）業務計画書の作成

契約締結後、速やかに協議会と協議の上、具体的なスケジュールや実施内容を定めた「業務計画書」を作成すること。なお、上期・下期の具体的な期間区分については、制作スケジュール等を踏まえ、協議会と協議の上決定する。

### （3）全体ディレクション

策定した全体計画に基づき、クリエイティブ制作、広告配信、効果測定など、事業全体の一貫性を管理・監督すること。

#### ※提案のポイント

愛媛の現状、特色、強み、ターゲット及び事業目的を踏まえて「ブランドコンセプト」が提案されているか。また、事業目的及びKPIを達成するための最適なプロモーション計画（広告媒体費の内訳、全体計画等）が根拠立てて提案されているか。

## 8 クリエイター・アサイン業務

### （1）クリエイターの選定・提案

ターゲット層への発信力・影響力が高く、本事業の目的達成に寄与する適切なクリエイター（インフルエンサー、映像作家、アーティスト等）を選定し、提案すること。なお、クリエイターの規模や人数は問わない。

### （2）出演交渉及び調整

選定したクリエイターとの出演交渉、契約手続き、スケジュール調整等のマネジメント業務全般を行うこと。

#### ※提案のポイント

ターゲットや提案された事業趣旨を踏まえた上で適切なクリエイターが提案

されているか。

## 9 クリエイティブ制作業務

### (1) コンテンツ制作

8でアサインしたクリエイターを起用し、デジタルプロモーションに最適化された動画、静止画、テキスト等のクリエイティブを制作すること。上述のとおり上期、下期それぞれ1回ずつ配信することとし、現地取材、撮影を基本とすること。

### (2) フォーマットへの最適化

制作するクリエイティブは、後述するデジタルプロモーションの特性や広告フォーマット（縦型動画、短尺動画等）に適合し、かつ6で設計したコンセプトを体現するものとすること。

## 10 デジタルプロモーション業務

### (1) 広告配信計画の実行

制作したクリエイティブを用い、設定したKPIを達成するための効果的なデジタル広告配信を実施すること。なお、広告配信プラットフォームは、一過性の情報発信で終わらず、長期的な検索・閲覧が期待でき、かつパソコンやスマートフォン、テレビ等マルチプラットフォームでの動画配信に最適化されたY o u T u b e を基本として、目標を達成するために複数の広告媒体・手法を組み合わせることも可能とする。

### (2) 運用の最適化（P D C A）

配信期間中は、日次・週次等で数値をモニタリングし、クリエイティブの差し替え、ターゲティングの調整、サムネイルや広告文の改善（A/Bテスト等）を継続的に行い、費用対効果の最大化を図ること。なお、目標KPIを早期に達成した場合であっても、予算の範囲内で事業効果の最大化を目指し、配信を継続すること。

## 11 効果測定及び報告業務

### (1) 効果検証の実施

本事業の成果を測るために、主要KPIであるエンゲージメント指標の検証を行うとともに、施策の効果を多角的に分析するための補足指標を取得すること。

なお、サイト内の行動計測に必要なタグの設置等については、協議会と協議の上、県が管理するW e b サイト（いよ観ネット）への実装を行うものとする。

※タグ付けに伴い費用が発生する場合は、当委託費に含めること。

## (2) 報告書の作成

適宜、進捗状況を報告するとともに、事業完了後には完了報告書（紙媒体及び電子データ）を提出すること。報告書には、広告配信結果、KPI達成状況、考察、次年度以降への提言を含めること。

## 1 2 成果物の取り扱いについて

### (1) 成果物の提出について

- ① 報告書レポート（電子データ）
- ② 動画データ
- ③ ①②の電子データを記録した光学ディスク（DVD-R、CD-R等）1枚

### (2) 成果の帰属及び秘密保持

- ① 本業務の実施により協議会に提出した成果物（成果物以外に協議会に提供した資料・レポート、その他の提供物があった場合は当該提供物を含む。以下同じ。）の所有権及び著作権（著作権法（昭和45年法律第48号）第27条及び第28条の権利を含む。）は協議会に帰属し、受託者は協議会が認めた場合を除き、著作人格権を行使できないこととする。また、受託者は、本業務の遂行に当たり、第三者の特許権、著作権、肖像権、その他の知的財産権等を使用する場合は、その使用に関する一切の責任を負うものとする。
- ② ①の規定に関わらず、成果物のうち、受託事業者のデータを使用した表及びグラフ等の図形その他の受託事業者の著作物の著作権その他の知的財産権は、なお受託事業者又は第三者に帰属するものとする。
- ③ 協議会は成果物を利用する場合には、受託事業者と事前に利用方法・公開範囲等を協議の上、利用するものとする。
- ④ 個人情報の保護については、個人情報の保有、利用および管理について、「個人情報の保護に関する法律」等関係法令の規定に準じて取り扱うこととし、受託者は本業務（再委託した場合を含む。）を履行する上で、個人情報を扱う場合は同法令及び別記1「個人情報取扱特記事項」を遵守しなければならない。

## 1 3 その他

### (1) 本業務に係るデジタルコンテンツ制作、調査・分析、報告等を含む一切

の経費（交通費、各種データ費等）は、全て当初委託金額に含むこと。

- (2) 9で制作したクリエイティブについては、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。なお、第三者が有する知的財産権の侵害の申立を受けたときには、受託者の責任（解決に要する一切の費用負担を含む。）において解決すること。
- (3) 本業務に係るアポイントメント、調整、撮影、編集・校正、制作・運用、調査、分析、報告等の一切の経費（交通費、宿泊・車両コーディネート費、各種データ費等）は、全て当初委託金額に含む。
- (4) 本業務は、別記2「デジタルプロモーション実施時における留意事項」に基づき実施すること
- (5) 契約や支払いに関する書類など本業務の関係資料を業務完了の年度の翌年度から起算して、5年間保管すること。
- (6) 本仕様書に定めのない事項及び疑義が生じた事項については、協議会と受託者が協議の上、決定するものとする。