

令和8年度 日南市デジタルプロモーション事業等業務委託仕様書

1 業務の名称

日南市デジタルプロモーション事業等業務委託

2 業務の目的

本業務は、「日南市重点戦略プラン 2025」の将来像として掲げている「選ばれるまち」を目指すための取組みとして、デジタルマーケティングを通じた効果的かつ効率的なプロモーションを行い、本市の認知度向上や魅力度を高めるとともに、令和7年度に開設した「日南市シティプロモーション特設サイト」への効果的な送客により、本市への誘客の拡大及び移住・定住の促進を図ることを目的とする。

3 業務期間

契約締結の翌日から令和9年3月31日まで

4 予算上限額

金 14,000,000 円（消費税及び地方消費税を含む）

※本業務遂行に必要な一切の費用を含む。

5 業務内容

本業務の実施にあたっては、各項目を個別に遂行するだけでなく、事業全体の目的達成に向けた一体的なプロモーション設計を行うこと。

(1) プロモーション計画の策定

① ターゲットの設定

受託者は下記を参考に本業務の目的である「誘客の拡大及び移住定住の促進」につながるターゲットの設定を行うこと。

【誘客の拡大に係るターゲット設定の考え方】

国及び県の統計情報等からターゲット属性（エリア、年代、性別等）を設定すること。

【移住定住の促進に係るターゲット設定の考え方】

本市においては、結婚・出産・就職を機に地方への定住を促し、若者人口の維持・増加を目指すため、以下のターゲット属性を設定する。

○都市圏における若年層・ファミリー層

② プロモーション手法

- 設定したターゲットに対し効果的かつ効率的なプロモーション手法を提案すること。
- 各施策間の連動性を意識し、業務目的に対する各施策効果の測定ができるように

すること。

- 活用媒体の基本的な情報や訴求対象・効果（見込み）を具体的に示し、選定根拠を示すこと。
- 年間を通じて、各施策の状況等を分析しながら、委託者と協議の上で、ターゲティングの変更、絞り込み等継続的な改善を図ること。

③スケジュール

- 業務開始後速やかにプロモーションを展開することを想定し、時節に応じて最も効果的な実施スケジュールを提案すること。
- 計画にあたっては、施策ごとに分析ポイントを置き、事業期間内でPDCAサイクルを回せるよう考慮すること。

④ 目標の設定

- 本業務で実施する業務の効果を把握できる適切な目標項目や目標値を具体的に設定すること。なお、目標の設定に当たっては、指標の妥当性を確認できる根拠を示すこと。
- プロモーションの結果、実際に本市へ来訪行動に至った人数を目標値の1つとして設定することとし、来訪者の計測手法についても提案すること。
- 掲げた目標数値に対しての進捗度を報告すること。
- 設定した目標値を達成した場合においても、業務効果の最大化を目指して業務を継続すること。

(2) WEB媒体を活用したプロモーションの実施

① 広告の運用

設定したターゲットに対し、効果的なWEB媒体（WEB、SNS、アプリ、動画サイト等）を選定し、最適な広告手法やその組み合わせを提案すること。

② 広告クリエイティブの制作

- ターゲットに対し起こしてもらいたい行動変容を促す広告クリエイティブ（動画、バナー等）の方向性やコンセプトを提案すること。
- クリエイティブに用いるビジュアル等は、ターゲットに応じて選定を行い、使用素材においては、委託者が所有する動画及び画像を使用及び編集することも可能とするが、委託者との協議の上で、編集等の作業を実施すること。

③ 最適なランディングページ及びサンクスページの制作

- 広告の流入先となるランディングページ（以下「LP」という。）は、「日南市シタイプロモーション特設サイト」（以下、「特設サイト」という）を活用することとする。
特設サイト：<https://sachi-nichinan.jp/>
- LPの構成について、ターゲットの離脱を最小限に抑え、最終的なアクション（来訪予約、クーポン取得、相談申込み等）へ誘導するような導線設計を提案すること。
- 広告の成果計測を行うための適切なサンクスページの設計を行い、さらに新たな

アクションを促すための仕掛けとなる提案を行うこと。

④ 定期報告及び効果検証、改善

- プロモーション計画に基づき、広告を運用し、設定した目標値の達成に向けて随時改善を行うこと。
- 定期報告として、2週間に1回程度のミーティングを実施し、プロモーション計画に基づいた運用状況の確認や見直しの報告を行うこと。なお、ミーティング終了後は議事録を作成し、提出すること。
- 広告配信結果（インプレッション、CTR、CPC、CV数等）について、閲覧者の属性（地域、性別、年代など）を適宜分析しながら、改善（クリエイティブ、ターゲットの見直し等）を報告すること。

(3) 広報用ビジュアル素材の拡充

様々な媒体（特設サイト、公式HP、SNS、WEB、メディア向けニュースレター、パンフレット等雑誌掲載等）で多角的に活用できる視覚素材（写真・動画）を集約・蓄積するため、以下の業務を行うこと。

① プロのカメラマンによる素材撮影・制作

- 「行ってみたい」、「住んでみたい」、「体験してみたい」と即時に意欲を掻き立てる視覚的訴求力の高いビジュアル素材の撮影・制作を行うこと。
- 撮影・制作した各ビジュアル素材の魅力を最大限に引き出し、ターゲットの行動変容を促すためのキャッチコピー（またはタグライン）を併せて提案すること。
- 撮影期間の目安として、計6日間程度を想定するが、より効率的かつ効果的な撮影計画があればこの限りではない。
- 撮影はスチール撮影、動画撮影（ドローン空撮、SNS用縦型動画含む）とし、ターゲット層が本市での生活をイメージできる情景や地域活動の風景を盛り込むこと。
- カメラマンの選定あたっては、撮影及び編集を主たる生業とし、広告雑誌等の商業制作物において相応の実績を有する者とする。なお、原則として機動的な対応が可能な宮崎県内の人材を起用すること。

② WEB投稿型フォトキャンペーンの実施

- 市民や観光客から「利用者目線」のリアルな魅力が伝わる素材を収集するため、(2)のプロモーションと連動した参加型キャンペーンを企画すること。
- 令和9年2月までにの間に2回程度実施すること。
- キャンペーンにおけるコンセプトの提案、募集要領の作成、応募用LPの構築、優秀作品の選定、賞品（本市特産品等）の手配、発送までを一括して担うこと。
- 作品応募を促進するための効果的な周知策を提案すること。

③ 共通の納品管理

本業務で収集した全ての素材は、撮影場所、時期、被写体、権利状況等を記録したファイル管理リスト（Excel等）を添付し、整理された状態で納品すること。

④ 権利処理及び法令遵守（共通事項）

- 全ての成果物（プロ撮影分及びキャンペーン収集分）の著作権は本市に帰属し、無期限・無償で多目的に二次利用できるものとする。
- 人物撮影時の肖像権使用同意（未成年の場合は法定代理人）、及び私有地等の撮影許可は受託者の責任で確実に取得すること。
- ドローン空撮等にあたっては、航空法等の関係法令を遵守し、必要な許可申請は受託者の責任と費用において事前に完了させておくこと。

6 体制・スケジュール

業務の実施体制について、以下の点を踏まえ、本事業に関わるプロジェクト体制や指揮系統等を明示すること。

- 受託者は、本事業を円滑に遂行するために、全体の責任を負う業務統括責任者を置き、業務全般の進行管理や調整機能を担うこと。
- 複数の者がグループを構成して共同実施する場合は、その体制も示すこと。
- デジタルを活用したマーケティング・プロモーションに関する知見・経験を有する者など、必要かつ十分な人員を確保したうえで、業務内容・量の変動に応じた適正な人員配置を行い、効果的かつ効率的な運営が可能な体制を構築し、その体制図も提案すること。
- トラブルや計画変更など不測の事態に臨機応変に対応できること。
- 業務を確実に遂行するためのスケジュールを示すこと。
- 随時スケジュールを共有し、進行管理を徹底すること。

7 第三者委託の禁止

受託者は、本業務を一括して第三者に委託し、又は請け負わせることはできない。ただし、本業務を効率的に行う上で、必要と思われる業務については、市の承認を得た上で、業務の一部を委託することができる。なお、再委託をする場合は、再委託した業務に伴う承認を得た第三者の行為について、受注者は委託者に対し全ての責任を負うものとする。

8 成果物及び納品物

成果物及び納品物は以下の通りとする。

- ① 契約締結後速やかに提出するもの
 - プロモーション計画
 - 全体スケジュール
 - その他、委託者が業務確認に必要と求める書類又は電子データ
- ② 業務実施中に提出するもの
 - 月次報告書
 - 中間報告書
 - その他、委託者が業務確認に必要と求める書類又は電子データ
- ③ 業務完了後に提出するもの

- 業務完了報告書（全体の広告効果分析、来訪者計測結果、フォトキャンペーン実施結果を含む）
- 本業務で作成したデータ一式
- ④ ビジュアル素材の拡充に係る納品物
 - 補正済み写真データ：150 枚以上。
 - 編集前（撮り切り）の RAW またはログ動画素材一式。
 - SNS・WEB 用ショート編集動画（縦型中心）：5 本以上（15～30 秒程度、テロップ等の編集済み）。
 - イベント等活用向けプロモーション動画（横型）：1 本
 - 尺：90 秒程度。移住イベント等の会場モニターにおける繰り返し再生（ループ）を想定した構成とすること。
 - 会場での無音視聴を考慮し、テロップ等の視覚的工夫を施すこと。
 - キャンペーンによる入賞作品および二次利用許諾を得た応募作品データ一式
 - 応募者・入賞者管理リスト（氏名、連絡先、同意状況等）

9 見積提出時の留意事項

見積書には以下の内訳を明示すること。

- (1) 企画・分析・報告費（戦略立案、データ解析、エビデンス検証料）
- (2) 制作・撮影費・運営費（ロケ費用、モデル費、ドローン費、広告用バナー・動画制作費、フォトキャンペーン運営費、賞品代、発送代）
- (3) 媒体費（SNS 広告）：実費 300 万円以上（税込）を厳守すること
- (4) 運用手数料：SNS 広告実費の 15%以内