

山の素晴らしさの情報発信業務委託 仕様書

1. 委託業務名

山の素晴らしさの情報発信業務委託

2. 目的

「佐賀の山」はそこに暮らす人々だけでなく、平野部に暮らす人も含めて、全ての人々に恩恵をもたらす「源流」である。また、佐賀の山は特に低山が多く、山と平野がゆるやかにつながり、身近な存在である。

「佐賀の山」には多くの「本物の地域資源」があり、さらに地域をよくしたいという志を持ちながらいきいきと活動している人たちが存在し、それぞれの地域において、自発的な地域づくりの取組が進められているものの、未だ「佐賀の山」の素晴らしさが、県民に浸透していないのが現状である。

そこで、県内の方を中心に「佐賀の山」の価値に気づいてもらい、訪れる人や活動する人を増やし、県民の地域への愛着と誇りが醸成されることを目指すとともに風景や暮らし、文化など地域にある“唯一無二”の価値を次世代につなぐために行われる「佐賀県の森川海を守る森川海人プロジェクト」等の県の他事業との相乗効果を生むことを目的として、「佐賀の山」の情報発信を実施する。

3. ターゲット

ターゲット層

主に県内の30～40代ファミリー層

ターゲット像

- ・自然に関心はあるが、仕事や子育てで忙しくなかなか足を運べていない人
- ・友人や家族との時間を大切にしており、興味を抱けば自分から探して遊びに行く情報感度の高さがある人
- ・子どもにはできるだけ自然に触れさせたいと考えている人

4. 業務の内容

全ての業務において、クリエイターなどの知見を活用した効果的な提案を行うこと。

(1) 本業務全体の統括ディレクション業務

受託者は、本業務の趣旨を尊重し、専門家（アートディレクター・クリエイター・デザイナー・カメラマン等）の知見を活用するとともに、総括ディレクターとして専門家と連携し事業全体の監修及び企画、制作、進行の助言を行うこと。

なお、提案内容には、本委託内容と同種同規模の業務経験を有するなどの実績がある統括ディレクター及び連携する専門家を入れた実施体制を提示すること。

(2) 情報発信

別紙①「中長期広報計画イメージ」に基づき、県が指定するブランドコンセプトに沿う効果的な情報発信の提案を行うこと。

なお、提案時はそれぞれの提案内容において、その効果を得られると判断した根拠を付記すること。

各企画の広報物についてもブランドコンセプトに沿った統一感のある内容とすること。

ア 認知を向上させる情報発信の企画と実施

・ポスター

ターゲットに佐賀の山の素晴らしさを「認知」してもらうために、県が指定するロゴセット（ロゴ・キャッチコピー・ボディーコピー）等を使用したポスターを作成し、認知度向上を行うこと。また、ターゲットの認知度向上に効果的な配布先を提案すること。

○業務委託内容

項目	内容
ポスター	・ポスターの作成及び配布 ・配布先の提案 ・仕様：1,000部作成(500部×2種) ※サイズは、配布先に即したものを提案すること。

※KPI：掲出場所 300箇所(1市町あたり平均 15箇所程度)

※ポスター作成及び配布を基本とするが、事業効果が高まる他の形式による提案を妨げるものではない。

・Instagram

佐賀の山や自然などを中心とした場所や山にまつわる地域資源の「もの・こと・ひと」とクリエイター等の知見を活用し紹介することや、県が指定するロゴセット等を使用し、動画・写真・音声などで投稿を行い、フォロワー数の増加と認知度向上を図るような企画を提案すること。

○業務委託内容

項目	内容
Instagram	・アカウント作成及び運営 ・動画、写真等を活用した記事コンテンツ制作及び発信 ・その他、広報の企画、運営

※KPI：公式アカウントフォロワー数 2,500人

※投稿の期間：契約締結日から令和7年2月末まで

※記事の投稿：週2回以上を想定

・タブロイド

「佐賀の山」の今まで伝えきれていない素晴らしさや、残すべき風土を紹介するタブロイドの企画提案をすること。

○仕様・発行

- ・サイズ：タブロイド版
- ・発行：年2回予定

○業務委託内容

項目	内容
タブロイド	・タブロイド作成及び配布 ・配布先の提案 ・仕様：6,000部作成（3,000部×2種）

※KPI：6,000部配布(3,000部×2回)

※認知度向上に向けた企画、作成に当たるクリエイター等の人選についても提案すること。

※タブロイド作成及び配布を基本とするが、事業効果が高まる他の形式による提案を妨げるものではない。

イ 関心(検索)・共感を促す情報発信の企画と実施

・WEB LP(ランディングページ)の制作および管理運営

認知したターゲットが、WEB ページ(ランディングページ)を閲覧することによって、関心・共感を得るような提案を行う。また、令和7年度以降、コンテンツを充実させ、佐賀の山に行きたくなる情報や県の他事業のコンテンツの情報など、本格的にWEBサイトを運営していくことを見込み企画を提案すること。

○仕様・構成

- ・ブランドコンセプトの説明
(事業の趣旨、座組の紹介、ロゴ、コンセプトテキスト等)
- ・お知らせ(イベントの告知等)
- ・今後のスケジュールやコンテンツ
- ・その他、必要とする項目

○業務委託内容

項目	内容
LP	・LP(ランディングページ)の制作および管理運営

※KPI：LPに訪れた人数が40,000人(6ヵ月間)

ウ 行動(参加・購買)を促す情報発信の企画と実施

- ・ターゲットに即したイベントの開催

自然にふれあう体験ができながら、より深く佐賀の山について知り、その「共感」によって参加者が自信の SNS で発信(拡散)したくなるようなイベント企画を提案すること。

○業務委託内容

項目	内容
イベント	・ イベントの企画・運営 (日程調整、会場スタッフ等の手配も含む) ・ イベントフライヤーの作成及び配布 ・ 会場の手配・設営、機材設置、資料配布等 ・ パソコン、プロジェクター等の必要機材の手配

※開催回数は1回以上、開催時期は11～12月を想定

※KPI：参加者50名以上(延べ)

5. 本業務委託の業務遂行体制等

(1) 業務責任者の配置

業務の実施に当たっては、委託業務を総括し、県からの指示を受ける窓口として業務責任者を配置し、円滑な業務の遂行に努める。

(2) 業務スケジュールの管理

別紙②「実施スケジュール(想定)」に基づき、県とスケジュールを調整して実施し、遂行状況については、随時報告を行うこと。

(3) 業務内容の確認

業務内容の確認のため、必要に応じて随時県と打ち合わせを行うほか、関連事業全体についても随時助言を行うこと。

(4) その他

業務の実施に当たり、疑義が生じた場合は、速やかに県と協議を行うこと。

6. 委託金額

32,604,000円(消費税及び地方消費税を含む)を上限とする。

7. 履行期間

委託契約締結日から令和7年3月31日まで

8. 留意事項

- (1) 受託者が本業務において製作したデータやデザイン、写真、イラスト、文章等の著作物に関する全ての著作権（著作権法第21条から第28条に定める全ての権利を含む）、意匠権等は、県に帰属するものとする。
- (2) 受託者は、著作物の著作者人格権を県及び第三者に対して行使しないものとする。また、著作物は、県が認めた団体等については、随時使用、複製できるものとする。第三者（本県及び受託者以外の者）が所有する素材を用いる場合には、著作権処理等を行うこと。
- (3) 成果物は、佐賀県が自由に二次使用できるものとする（著作権法第20条の規定による著作権者の意に反した変更、切除その他の改変を受けていないものに限る）。特に県の他事業に当事業の成果物(素材を含む)を利用することがあるため、著作権者がその旨を許諾したことが確認できる資料を県に提出すること。
- (4) 本仕様書に基づく業務に関し、第三者の知的財産権、所有権を侵害しないこと。また、第三者との間に知的財産権、所有権など全ての権利侵害の紛争等が生じた場合は、当該紛争が県の責めに帰す場合を除き、受託者の責任において一切を処理すること。この場合、県は紛争等の事実を知ったときは、受託者に通知し、必要な範囲で訴訟上の防衛を責任者に委ねる等の協力措置を講じるものとする。
- (5) 受託者の責に帰すべき理由により、県、又は第三者に損害を与えた場合は、受託者がその損害を賠償すること。
- (6) 本業務においては、個人情報保護及び情報セキュリティに関し細心の注意が必要とされるため、受託者へ以下の事項を義務付けるものとし、受託者は業務上知り得た情報が第三者に漏洩しないように十分注意すること。
 - ア 業務上知り得た個人情報の秘密を保持し、第三者への情報提供の禁止
 - イ 受託業務目的以外の利用の禁止
 - ウ 受託業務目的以外の個人情報データの複写または複製の禁止
 - エ 業務従事者による個人情報保護の誓約
- (7) 受託者が業務を実施するにあたり、必要となる経費は、委託料に含めるものとする。
- (8) 中止等に伴って生じる委託金額の変更については、委託者と受託者が協議の上、決定する。
- (9) 本仕様書に定めのない事項については、県と協議の上、決定する。

[考え方] 1年間の事業の中で、「認知→共感・関心→行動→拡散」の循環を作りつつ、緩急をつけた取り組みを行う。
 の箇所は、重点項目・予算比率の高い取り組み。

	R6	R7	R8	R9
R5	強化する取組み 認知	強化する取組み 認知	強化する取組み 認知	強化する取組み 認知
	認知	関心 (検索)・共感	行動 (参加・購買)	拡散
R6	強化する取組み 認知	強化する取組み 認知	強化する取組み 認知	強化する取組み 認知
	認知	関心 (検索)・共感	行動 (参加・購買)	拡散
R7	強化する取組み 認知	強化する取組み 認知	強化する取組み 認知	強化する取組み 認知
	認知	関心 (検索)・共感	行動 (参加・購買)	拡散
R8	強化する取組み 認知	強化する取組み 認知	強化する取組み 認知	強化する取組み 認知
	認知	関心 (検索)・共感	行動 (参加・購買)	拡散
R9	強化する取組み 認知	強化する取組み 認知	強化する取組み 認知	強化する取組み 認知
	認知	関心 (検索)・共感	行動 (参加・購買)	拡散
認知	を促す取組み	を促す取組み	を促す取組み	を促す取組み
関心 (検索)・共感	を促す取組み	を促す取組み	を促す取組み	を促す取組み
行動 (参加・購買)	を促す取組み	を促す取組み	を促す取組み	を促す取組み
拡散	を促す取組み	を促す取組み	を促す取組み	を促す取組み
予算内の比率				
狙いとすする主な ライト層の行動変化				

・ポスター
 ・Instagram (REEL 広告・写真投稿)
 ・タブロイド

・WEB LP (ランディングページ)
 ・イベント1 (テスト兼)
 嬉野・太良・鹿島エリア (仮)

・WEB 拡充
 ・イベント2
 佐賀市~基山 県東部エリア (仮)
 ・イベント3
 小城市・江北~有田 中部エリア (仮)

・WEB 拡充
 ・イベント4
 唐津・玄海・伊万里エリア (仮)
 ・商品開発

・広報活動 (プレスリリース+テレビ等パブリシティ)
 ・情報感度の高いライト層・クリエイターによる発信

・冊子制作
 (クリエイターの手から配布/翌年の
 イベント来場者へ向けた配布物としても活用)
 ・広報活動
 (プレスリリース+プレス誘致+記事広告)
 ・情報感度の高いライト層や
 クリエイターによる発信

ポスター・公式 SNS や
 知り合いからの情報を認知する

ポスターや SNS、タブロイドなど日常生活の“割り込み”を通じて、山への認識・意識がうまれる

共感した体験やコンテンツをインター
 ネット検索や口コミで確認する

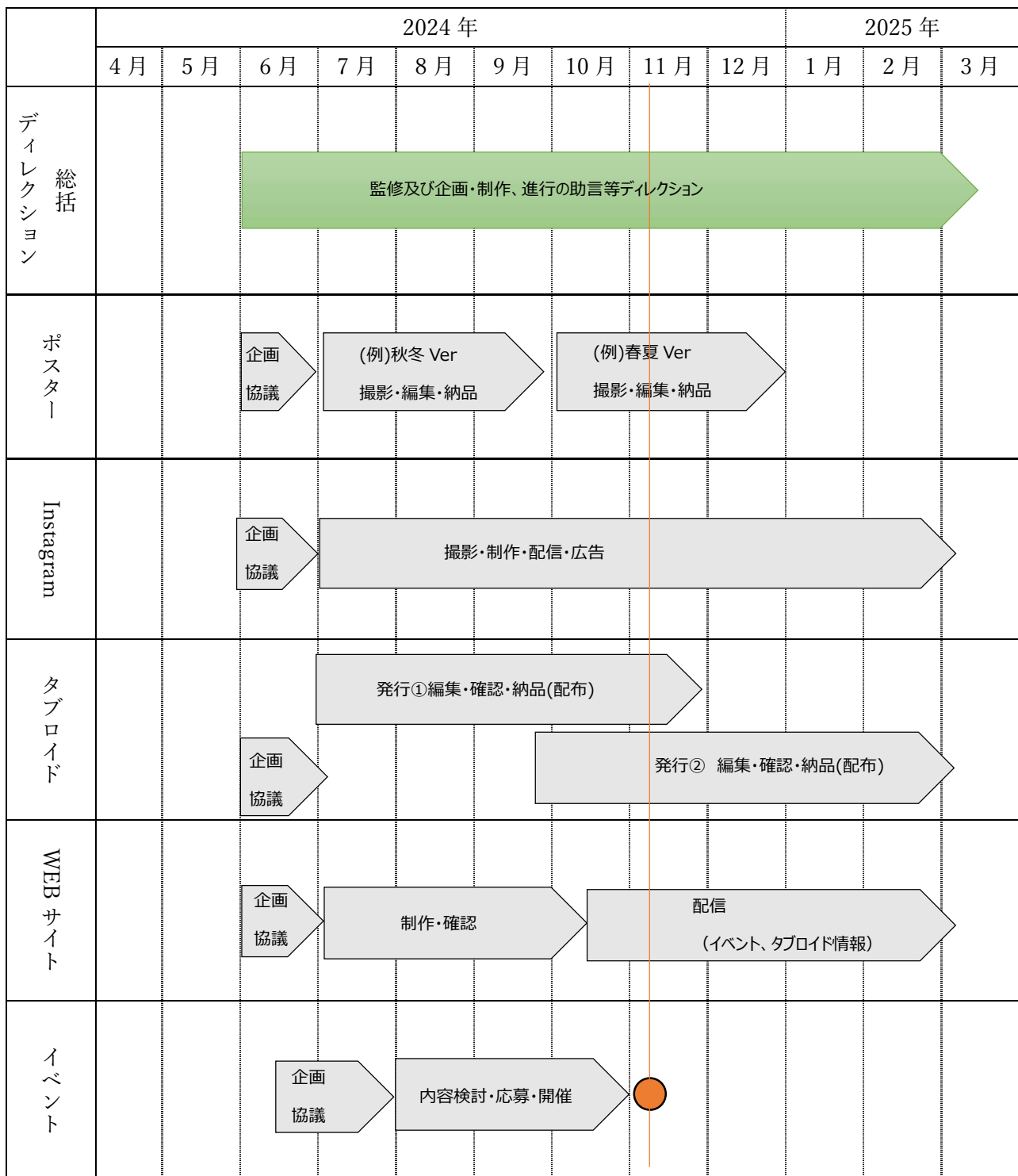
・佐賀の山の美しさや面白さを伝える
 Web コンテンツにより理解が深める
 ・イベントでの感動を、SNS 等で伝える
 ・イベントで、実際に山のひととの交流が生まれる
 + 開発された商品を購入する

「いいね」や購入などの
 行動で表す

・ Web や SNS の断片的な蓄積をまとめることで
 全体のイメージを概念化 + 強化
 ・ 県外への認知拡大
 ・ 購入商品を拡散する

別紙② 実施スケジュール（想定）

※詳細なスケジュールについては県と協議の上、調整を行うものとする。



イベントに向けて制作物が全てそろうタイミング