

観光シティプロモーション推進事業

支援業務委託仕様書

令和2年10月

## 令和2年度 観光シティプロモーション推進事業支援業務委託仕様書

### 1 事業名

観光シティプロモーション推進事業（テレビCM等制作業務）

### 2 事業趣旨

本市における滞在型観光のまちづくりを実現し、長期的な交流人口の増加や経済の安定を図るため、国内の観光客をターゲットに、まちの魅力をPRすることで知名度の向上及び観光誘客を図る。

### 3 委託期間

契約締結日から令和3年3月31日（水）

### 4 委託金額

2,250千円以内（消費税及び地方消費税を含む）

### 5 委託する業務

- |                 |   |
|-----------------|---|
| (1) 内容          | テレビCM（15秒以上）動画の制作及び放映   |
| (2) 放映地区        | 岡山県、香川県及び広島県  |
| (3) 放映期間        | 令和3年2月27日（土）～3月21日（日）   |
| (4) 基本放映時間帯     | 7:00～24:00<br>上記時間帯以外で効果的な時間がある場合も提案可とする。   |
| (5) 主要ターゲット     | F1層（20歳～34歳の女性）及びファミリー層   |
| (6) 放映本数        | 60回以上の放映とし、放映時間帯については、Aタイム、特Bタイム及びBタイム（7～9時）を中心に使用すること。また、放映時間帯ごとの本数は、より放映効果が期待できる数とする。               |
| (7) 目標総視聴率(GRP) | 400%以上とする。  |
| (8) 二次利用        | 制作したCM動画は、今後YoutubeやSNS等でも活用できるものとする。   |
| (9) 実績報告        | テレビCMの放送に関する報告（放送スケジュール等）、効果検証に関する報告（テレビCM放送回数や視聴者アンケートによる視聴者の意見などを含む）、業務完了の報告及び津山市が報告を求めた事項を行うこととする。 |

### 6 制作内容

令和3年の春季（3月始めから5月大型連休まで）に観光誘客を図り、リピーターの獲得、回遊性の向上、旅行消費額の拡大及び滞在時間の延長を図る。

具体的には、津山城（鶴山公園）をはじめ、梅の里公園、衆楽園などの春の風景、城東・城西などの歴史的なまちなみ、また本市の特色ある牛肉料理をはじめとした食など、にぎや

かな春の津山をテレビCM（15秒以上）によりストーリー性のある構成とし、これを大々的にPRすることで、旅行意欲や期待感を高めつつ本市への春季の観光誘客を図るもの。

- (1) テーマ 春は津山 ～津山遺産観光キャンペーン～
- (2) 映像及びBGM 春の“ワクワク”感を演出し、CMが印象に残るようなものにするとともに、話題性が高くなるように仕掛ける。テロップについては、必要に応じて使用することとする。
- (3) 出演者 出演者を使う場合は、二次利用があることの承諾を取る。
- (4) ナレーション 効果を高めるために、必要に応じてナレーションを入れる。
- (5) データ形式 制作した動画は、テレビCM放送のほか、各種SNSでの配信、DVDプレーヤーによる視聴を予定していることから、同用途での活用に耐えられる形式で納品することとする。
- (6) その他広報宣伝 テレビCMの放映計画と併せて、広報宣伝面で効果のある提案があれば、組み合わせて提案すること。（例：テレビ番組でのPR、Web、SNSを活用した広報など）
- (7) 動画データ 動画に使用するコンテンツのうち、津山城（鶴山公園）の「津山さくらまつり」の撮影動画（ドローン撮影及び園内撮影）は本市が所有しており、これを活用することも可とする。

（制作の一例）

- ・映像のメインは津山城（鶴山公園）の満開の桜や牛肉料理などとし、他のコンテンツ（著名な楽曲など）とのコラボを図る。
- ・映像の全部又は一部でアニメーションを活用するなど、これまで本市が制作した動画とは違った視点とし、独自性及び話題性の高いもの。

※協議により、提案時の制作イメージが変更となる場合があることに留意すること。

## 7 企画提案書の作成（記載事項等）

作成する企画提案書はA4版20ページ以内とし、以下の(1)から(9)に掲げる内容を記載するものとする。

- (1) タイトル
- (2) 解説、期待できる効果
- (3) 絵コンテ
- (4) テレビ局名、放映エリア（都道府県、視聴可能世帯数）
- (5) 放映期間（放映開始日、放映終了日）
- (6) 放映時間帯（Aタイム、特Bタイム、Bタイム、Cタイム）ごとの放映件数
- (7) 上記放映により得られる想定総視聴率

※想定総視聴率は、株式会社ビデオリサーチの視聴率データから算出した平均視聴率を使用して提案してください。

- (8) 過去の類似実績
- (9) 見積額（内訳を含む。委託金額の範囲内とし、本業務に係る一切の経費を含んだもの）

## 8 納品物・納期・納品場所

下記のことを津山市産業文化部観光振興課（津山市山北 663 番地）に納品すること。

(1) 制作したCM動画等のデータ（2部提出）

データはハードディスク等メディアに収録し納品すること。

納期：令和3年2月22日（月）

(2) 実績報告書

「5 委託する業務内容(9)」で示した実績報告（2部提出）

データも納品すること。

納期：令和3年3月30日（火）

## 9 その他、業務遂行上の留意点

(1) 本業務は、本仕様書に基づいて実施すること。ただし目的達成のため、予算の範囲内において、本仕様書以外の考えがあれば提案すること。

(2) 受託者は、業務の実施にあたって、関係法令及び条例を順守し、業務上知り得た個人情報等の秘密を他人に漏らしてはならない。

(3) 受託者は、本業務に十分な経験と知識を有する者を配置すること。

(4) 受託者は、業務の実施にあたって、逐次、観光振興課と打ち合わせを行い、協議録を作成の上、情報共有を行うこと。

(5) 受託者は、本委託業務を第三者に委託してはならない。ただし、やむを得ない事情がある場合には、委託者と協議のうえ、許可を受けること。

(6) 企画提案書等の取り扱いについて

①市に提出された企画提案書等について、業務を受託した業者またはその著作者はその内容の全部または一部を市が無償で使用（複製、転記、転写又は修正）することに同意するものとする。

②優先交渉者となった事業者の企画提案書等の所有権は、市に無償で移転するものとする。

(7) 成果物の著作権等について

①本事業の一切の成果物に関するすべての著作権（著作権法第27条及び第28条に定める権利を含む。）は、納品を行った時点で市に移転するものとする。

②本事業の一切の成果物に関するすべての著作者人格権を行使しないものとする。受託者が著作者と異なる場合には著作者人格権を著作者に行使させないものとする。

③本事業の一切の成果物に関して発生するすべての肖像権、パブリシティ権は、承諾書等により許諾を得るものとする。

(8) 受託者は、本業務により得られた資料、情報等を本市の許可なく公表、貸与、使用、複製又は、漏洩してはならない。

(9) 業務完了後、受託者の責任に帰すべき理由による不良個所が発見された場合、すみやかに必要な訂正、補足、その他必要な措置を行うものとし、これに係る経費は受託者の負担とする。

(10) 業務に必要な資料及びデータ等で津山市が所有している提供可能なものは貸与するが、業務完了後、すみやかに返却すること。

(11) 本仕様書に定めのない事項や本業務の実施にあたり疑義が生じた場合には、速やかに本市と協議の上、適切に実施すること。

## 10 これまでの取り組み(参考)

- (1) 本市では平成 28 年度に観光シティプロモーション戦略を策定し、「からだにいいこといいところ 津山たび」をコアコンセプトに、2020 年の東京オリンピックに向けて、平成 28 年、29 年は初動期として認知度の向上、平成 30 年以降は本格誘客期として国内外からの誘客を図り、滞在型観光の創出を目指している。
- (2) 平成 29 年 3 月から本市のイメージの一つである「ホルモン」をキーワードに市内の観光資源と掛け合わせ「幸せホルモンあふれる旅。津山市」として認知度向上に取り組んできた。

京阪神地域の JR 駅・ショッピングモールのデジタルサイネージやポスターの掲示、人気ユーチューバーとのコラボレーション、Web での記事広告などのメディアを活用してきた。
- (3) 平成 30 年度は、近年岡山県への来客数が増加している台湾及び旅行意欲の高い国内の F1 層をターゲットに、本市の歴史・文化が育んだ独自の「食」をテーマとし、且つ、「一流」「ほんもの」のイメージのプロモーションを行ってきた。

また、台湾での旅行博（11/23～11/26）、ツーリズム EXPO ジャパン（9/20～9/23）といった大型観光イベントでのプロモーション及び台湾で人気の雑誌並びに Web サイトを中心とした各種メディアを活用し、「津山さくらまつり」「津山まつり」「もみじまつり」といった本市の観光イベントを中心に誘客を図ってきた。

一方で、滞在型観光取り組みの一環として、体験プログラムを造成し体験を通して本市の魅力を発信している。
- (4) 平成 31 年度（令和元年度）は、平成 30 年度の流れを引き継ぎ、台湾及び国内 F1 層をターゲットとしてプロモーション動画の作成を行い、動画を Web 広告等に活用することで、本市の認知度向上及び誘客を図った。