

# 食の魅力発信による観光誘客プロモーション業務委託 仕様書

## 1 委託業務名

食の魅力発信による観光誘客プロモーション業務

## 2 業務の目的

本業務は、鹿児島県が誇る豊富な「食」の魅力を、質感高く視覚的に訴求する 15 秒のデジタル広告動画を制作し、認知拡大と県観光サイトへの遷移による誘客促進を図ることを目的とする。

## 3 履行期限

令和 9 年 2 月 26 日（金）

## 4 業務の内容

(1) 動画（計 10 本）の企画・構成、ロケ地・店舗等の撮影交渉、新規撮影、編集、デジタル広告運用（YouTube/Instagram）、および広告運用成果報告書の作成・提出

(2) 制作物：15 秒 広告動画 × 計 10 本

YouTube 用：横型（16:9）を 10 本

Instagram 用：縦型（9:16）を 10 本

※ 共通素材から YouTube 用 10 本、インスタ用 10 本の動画を切り出し制作

(3) 県観光サイトへの流入

広告から、本県観光サイト「かごしまの旅」>グルメ・お土産へ流入させる提案を行うこと。

遷移先 URL：鹿児島県観光サイト「かごしまの旅」>グルメ・お土産

<https://www.kagoshima-kankou.com/gourmet>

(4) 委託料上限額：5,000,000 円（消費税及び地方消費税を含む）

※ 上記金額には、動画制作費（10 本分）、撮影交渉・旅費、広告配信媒体費（運用費含む）、および成果報告書作成費の一切を含む。

## 5 ターゲット層

本施策では、以下の 2 つのメイン層をターゲットとし、要素ごとに適したトーン & マナーで制作、またはターゲット別に配信を出し分ける設計とする。

(1) 若年女性層：関西、首都圏在住の 20 代～30 代女性（トレンド、カフェ、映え、癒やし、贅沢感に高反応）

(2) シニア・ミドル層：関西、首都圏在住の 50 代～60 代男女（本物志向、上質、

伝統、美食、旅情に高反応)

## 6 撮影および動画制作の要件 (10 要素)

以下の 10 個の要素について、それぞれ独立した 15 秒の動画 (計 10 本) を、原則としてすべて新規撮り下ろし映像により制作すること。

- (1) リーフ茶 (広大な茶畑の風景、美しさ、スケール感)
- (2) 抹茶 (モダンなカフェでの展開、トレンド感、映え)
- (3) 鹿児島黒牛 (シズル感のあるステーキ、高級感)
- (4) かごしま黒豚 (出汁にくぐらせるしゃぶしゃぶ、湯気、美味しさ)
- (5) 海鮮丼又は寿司 (新鮮な地魚、職人の技、贅沢感)
- (6) 鰻 (香ばしい鰻の蒲焼き、タレ、伝統の職人技)
- (7) 鶏飯 (奄美の郷土料理、出汁をかけるシズル感、旅情)
- (8) 焼酎 (本格焼酎、ロックや水割りの音、大人の時間)
- (9) ジャパニーズウィスキー (上質な空間、琥珀色の液体、高級感)
- (10) 白熊やパフェ・スイーツ (伝統的な白熊、鹿児島の旬のフルーツを贅沢に使ったパフェ・スイーツ)

※ 具体的な撮影対象 (店舗、生産地、銘柄、メニューなど) については、県内の地域バランスも考慮し、契約締結後に発注者・受注者間で協議の上、決定する。

## 7 主な業務範囲

受託事業者は、動画制作から広告運用、効果検証まで実施すること。

- (1) 企画・シナリオ作成：ターゲット別 (2 層) の行動特性を捉えた演出プランの策定
- (2) 撮影準備・交渉：ロケ地 (茶畑、飲食店、酒蔵等) の選定、撮影許可申請、出演者 (モデル等) の手配、使用承諾等の権利処理
- (3) 新規撮影の実施：鹿児島県内等でのロケ撮影、料理のシズル撮影等の実施
- (4) 編集・加工：映像編集、テロップ、モーショングラフィックス、カラーグレーディング等の実施
- (5) 音響制作：BGM (著作権処理済のもの)、効果音 (シズル音)、ナレーション等の収録・ミックス
- (6) デジタル広告運用：令和 8 年 11 月～令和 9 年 1 月の 3 か月間、YouTube・Instagram 広告を適切に運用

## 8 成果報告書の提出：広告期間終了後、配信結果、サイト誘客効果、ターゲット別の反応を分析した報告書を提出すること

動画別、媒体別での動画再生回数やクリック数等を集計及び傾向を分析して、効果測定を行うこと。

また、結果を踏まえ、次年度以降の広告配信の方法や広告運用に関する改善点に

について検討し、示すこと。

## 9 スケジュール（納期・広告配信期間）

- (1) 契約締結～令和8年10月中旬：企画詳細打合せ、撮影交渉、新規ロケ撮影、編集
- (2) 令和8年10月30日（金）：動画全10本 完パケ納品（期日厳守）
- (3) 令和8年11月1日～令和9年1月31日：デジタル広告運用（YouTube・Instagram 広告）
- (4) 令和9年2月26日（金）：広告運用成果報告書の提出、本業務の完了

## 10 クリエイティブ・構成要件

- (1) 1要素15秒の最大化：1つの要素に特化し、「一番美味しい瞬間」「最も美しい情景」をスローモーションやマクロ撮影等で徹底的に際立たせること。
- (2) 冒頭3秒のフック：SNS等のスキップ対策として、冒頭3秒でターゲットの視線を釘付けにする演出を施すこと。
- (3) 消音（ミュート）対策とASMR：無音でもテロップで魅力が伝わるデザインにしつつ、音声をオンにした際の効果音（肉の焼ける音、氷の音、出汁を注ぐ音など）で五感に訴求すること。
- (4) Webへの誘導（CTA）：動画のラスト（残り2～3秒）に、鹿児島県観光サイトへの明確な誘導（例：「続きはWebで」「かごしまの旅 グルメ で検索」）や「ここをタップ」等のアクション喚起を配置すること。  
また、観光連盟が関わる動画と認識できるように、動画の最後において本県のPRキャッチコピー「南の宝箱 鹿児島」のロゴを掲出すること。

## 11 企画コンペティション提出書類

### (1) 企画提案書

書式は自由とし、A4横、両面印刷で15枚（30ページ）程度に納めること（表紙、目次、見積りを含まない）。

また、本業務の目的や仕様書の内容を考慮した上で、提案理由や期待される効果などを具体的に明記すること。

ア 全体のクリエイティブコンセプト、ターゲット別（2層）の配信戦略

イ 10本の動画それぞれの構成案（代表的な数本の絵コンテを含む）

ウ 予算500万円の中で「新規撮影10本」「広告運用3か月」を両立させる、効率的なロケ・撮影計画（行程案）

エ 3か月間の広告配信シミュレーション（媒体配分、想定インプレッション・クリック数等）および報告書に含める検証項目のイメージ（KPI設定等）

オ 全体スケジュール（当該事業全体にかかるスケジュール）

カ 実施体制および実績

- ① 制作チーム体制（監督、カメラマン、フードスタイリスト等の想定）、およ

び広告運用・データ分析チームの体制

② 過去のSNS広告動画の制作実績（観光・グルメ系）、デジタル広告運用の実績

(2) 見積書：

ア 総額 5,000,000 円（税込）以内とし、「動画制作費（撮影・ロケ交渉・編集等）」と「広告配信媒体費（運用手数料含む）」、「報告書作成費等」の内訳を明確に記載すること。

## 12 業務報告

業務終了後、令和9年2月26日（金）までに、以下の成果物等を連盟へ提出すること。

- (1) 業務完了報告書（指定様式）：紙媒体1部及び電子データ1式
- (2) 実績報告書（実施内容やその結果、課題、次回以降の参考となる提案などをまとめたもの）：紙媒体1部及び電子データ1式
- (3) その他、委託者と受託者が協議の上必要と判断したもの

## 13 成果物の権利帰属（二次利用について）

本業務により制作・納品された動画（全10本）、および撮影された映像素材（未編集データ含む）の著作権（著作権法第27条及び第28条の権利を含む）は、発注者（鹿児島県観光連盟）に帰属、または無償で利用許諾されるものとする。

発注者は、納品された動画を期間の制限なく、県の公式サイト、公式SNS、イベント等において、二次利用・自由に使用できるものとする。事業者側はこれに対する二次利用費や権利主張等を行えないものとする（出演者・音楽等の権利処理もこれを見越して一括で行うこと）。

## 14 その他

- (1) 本業務に必要な一切の経費は、委託料に含むものとする。
- (2) 本仕様書に定めのない事項又は内容の変更が生じた場合は、委託者と受託者間で相互に協議を行うものとする。
- (3) 受託者は、本業務の執行にあたって、関係法令を遵守するとともに、業務上知り得た秘密を他に漏らしてはならない。
- (4) 受託者は、業務の進捗状況や経過について、委託者に定期的に報告するものとする。