

令和8年度メディア・ミックスによる青森県産品の認知度向上及び販路開拓推進業務 仕様書

1 目的

青森県産品の更なる認知度向上及び販路開拓に向けて、メディア・ミックスによる戦略的な情報発信を展開し、首都圏をはじめとした全国に青森県の「食」に関する情報の効果的な発信を図る。

2 委託業務名

令和8年度メディア・ミックスによる青森県産品の認知度向上及び販路開拓推進業務

3 委託期間

契約締結の日から令和9年3月18日（木）まで

4 委託業務概要

(1) 共通項目

- ・ 本業務の目的を十分理解した上で進捗管理を行い、業務全般に統一感及び連動性を持たせること。
- ・ 受注者は、発注者と綿密に連絡調整を行いながら業務を実施するとともに、業務に支障が出ないよう必要な人数を配置すること。また、業務の実施内容（情報発信内容等）や時期は、あらかじめ発注者との協議し、発注者による確認の上、実施すること。
- ・ 情報発信の主体となる青森県産品（果実（りんごほか）、米、野菜（にんにく・ごぼう・ながいもほか）、畜産物（牛肉、豚肉、鶏肉、鶏卵ほか）、水産物等及びその加工品）を複数品目設定すること。

(2) 中食外食チェーン店や高級スーパー等とタイアップした新たな「青森県フェア」の実施

- ・ 首都圏に店舗を有する中食外食チェーン店や高級スーパー等1社以上を選定し、4（1）で設定した情報発信の主体となる青森県産品を使用した新たなフェアを1回以上開催すること。
- ・ 選定した中食外食チェーン店や高級スーパー等に対しては、本業務終了においても青森県との良好な関係を構築し、青森県産品が継続的に活用されるような調整を図ること。
- ・ フェアの内容及び青森県産品の選定に当たっては、発注者と十分な連絡調整を図ること。
- ・ フェアに使用する青森県産品は、受注者が中食外食チェーン店や高級スーパー等と調整すること。

- ・ フェア期間の開始の際には、首都圏において、30分から1時間程度のオープニングセレモニー等、消費者への周知につながる企画を開催すること。
- ・ オープニングセレモニー等の開催に当たっては、マスコミ等50社以上に案内すること。
- ・ フェアに係る目標数値及び目標達成に向けた手法を明記することし、目標数値は契約金額内で最大限の成果となる指標を設定すること。

(3) メディア・ミックスによる情報発信

青森県産品の販路開拓や需要拡大に資する情報に加え、4(2)の「青森県フェア」情報について、メディア・ミックスによる発信内容を企画し、実施するとともに、情報の拡散効果について、数値による測定を行うこと。実施内容は以下を目安とする。

ア テレビ番組タイアップ

- ・ インパクトのあるリーチを獲得するための施策として、民放キー局のテレビ局で放映されるテレビ番組タイアップを実施する。
- ・ 青森県産品の魅力やストーリーを伝える食の情報番組(30分程度を想定)2番組程度において紹介する。
- ・ タイアップ先の番組は民放キー局とし、視聴率の高い時間帯に放映する番組を提案すること。
- ・ 著名人を起用する場合は、青森県産品の魅力やストーリーを周知する上で、適任と考えられる候補を提案すること。

イ 雑誌タイアップ

- ・ 青森県産品の魅力やストーリー等を、食への関心が高く、購買力のある読者に向けて、購買意欲や行動喚起を促すような情報を発信すること。また、掲載雑誌に付随するSNSやWEBメディアを活用し、より広範に情報を拡散する工夫をすること。
- ・ 掲載する雑誌は、食の情報を取り扱う雑誌とし、月刊誌、隔月刊誌、季節誌のいずれかとすること。また、1号当たり5万部以上の2誌以上とすること。
- ・ 掲載の仕様は、1回当たりフルカラーで4頁以上とすること。

ウ インフルエンサータイアップ

- ・ 発信力を持つインフルエンサーを1名以上選定すること。
- ・ ターゲットは20~40代とし、ターゲットの行動に関して一定の影響力(指標として、Instagramでのフォロワー数が10万人以上等)を有するとともに、青森県産品への関心を高め、購買行動を促進するような訴求効果の高いPRができるインフルエンサーであること。
- ・ 首都圏に発信力があるほか、青森県に愛着を持ち、投稿に係る青森県産品について十分に理解したインフルエンサーであること。
- ・ インフルエンサーの概要(プロフィール、過去の実績、使用媒体、閲覧者数、アクセス数等及びその選定理由を明示すること。

- ・ 使用媒体はX、Instagram等のSNSとし、計12回以上投稿し、情報発信の効果は、発信の都度、数値により測定し、随時発信内容等の改善を行うこと。
- ・ 投稿方法は写真や動画とし、1回の投稿につき、写真の場合は2枚以上、動画の場合は15～30秒程度とすること。
- ・ 発注者が別途、独自に実施する大手量販店等における「青森県フェア」（令和8年10月～令和9年2月頃）のPRを上記回数とは別に5回以上行うこと。

エ 動画配信サービスの活用

- ・ ターゲットは20～40代とし、青森県産品の食の魅力やストーリーを伝える内容で、映像解析度FullHD（1,920×1,080）程度、時間は15～30秒程度の短尺動画を制作し、YouTube等の動画配信サービスで広告配信する。また、本動画は、契約終了後も発注者が2年間は継続して使用できるものとする。
- ・ 配信は、首都圏でエリアを選定し、週1回を目安として、6か月以上実施すること。

オ 著名人・キャラクター等とのタイアップ

- ・ 影響力を持つ著名人・キャラクター等から1名以上を選定し、青森県産品の食の魅力やストーリー等を伝えるイベントを1回以上開催すること。なお、4（2）のオープニングセレモニーと重複してもよいものとする。
- ・ ターゲットは20～40代とし、青森県産品への関心を高め、購買行動を促進するような訴求効果の高いPRができる著名人・キャラクター等であること。
- ・ 青森県に愛着を持ち、紹介する青森県産品の食の魅力やストーリー等について十分に理解した著名人・キャラクター等であること。
- ・ 提案に当たっては、著名人・キャラクター等の概要（プロフィール、過去の実績、使用媒体、閲覧者数、アクセス数等及びその選定理由）を明示すること。
- ・ イベントの開催地は首都圏とし、マスコミ等50社以上に開催を案内すること。

（4）その他の企画実施

4（2）及び（3）のほか、受注者において実施する独自の企画（例：テレビ番組タイアップキャンペーン、リテールメディアやメタバースの活用等）があれば提案し、実施すること。

（5）活動計画及び業務報告書の作成

発注者と受注者が協議の上、以下の時期に活動計画書及び業務実績報告書を作成し、併せて電子記録媒体（DVD等）を提出すること。なお、活動計画書及び業務実績報告書には、4（2）に係る目標数値及び目標達成に向けた手法を明記すること。

ア 当初（契約直後）

発注者と協議の上、年間活動計画書を作成・提出すること。

イ 中間期

11月末までの実績について、令和8年12月23日（水）までに業務実績報告書を提出すること。

ウ 年度末

最終的な業務実績報告書を、令和9年3月18日（木）までに提出すること。

5 その他

- (1) 業務の実施に当たっては、受注者は発注者と十分に連絡調整を行うものとする。
- (2) 本仕様書記載の委託業務内容について、実施段階において、予算や諸事情によって変更することがある。
- (3) 本仕様書に定めのない事項及び本仕様書に関し疑義が生じたときは、遅滞なく発注者と受注者が協議して定めるものとする。