

令和 8 年度滋賀の戦略的県外 PR 事業仕様書

1 委託業務の名称

滋賀の戦略的県外 PR 事業

2 業務期間

契約締結日から令和 9 年 3 月 31 日までとする。

3 趣旨

滋賀県は、琵琶湖と共に育まれてきた豊かな食文化や風光明媚な自然環境、古くから交通の要衝として栄え、様々なモノやコトが交わることによって生まれた独自の文化や地域風土・習慣、歴史遺産や寺社仏閣・仏像など、数多くのコンテンツを有している。さらには、平均寿命・健康寿命が日本一といった、全国や世界にも注目される特徴があるが、県外の方が本県の情報に接触する機会は依然少ない。そのため、広く滋賀の情報を発信するとともに、滋賀の魅力ある「こだわり」のコンテンツに関心のある層に届け、共感や感動の輪を広げることで、滋賀の好感を高めていく必要がある。

一方で、多くの情報が様々なメディアで日々発信され、受け手の価値観が多様化する中で、滋賀のコンテンツを「魅力あるもの」として受け手が感じるよう磨き上げ、届けるのは容易ではない。そのため、県の広報の基本的な方針を示す「滋賀県広報戦略」を策定(令和7年3月改定)し、県の広報の基本的な方針を示すとともに、その中で重視する視点として情報発信力の最大化、職員の広報力の向上を掲げているところである。

以上のことから、本県の魅力的な素材や旬の話題、独自の取組などを取り上げ、首都圏や関西圏などの県外さらには海外に情報が届くよう、戦略的かつ実効性のある発信を行うとともに、専門的な知見によるアドバイスや研修等の実施による職員のスキルアップを図る。

4 業務内容

(1) インターネットを活用したニュース配信

メディアに対して、インターネットを活用したプレスリリース配信サービスを利用しニュースリリースを実施すること。

- ① 効果的かつ適切なタイミングでのリリースとするため、テーマや内容について県と受託者が協議のうえ決定し、原稿を作り上げ、メディアに配信する。
- ② 契約後ただちに年間リリース計画を作成し、県と打合せを行いながら随時更新し、年間20件以上実施すること。なお、このうち10件は、受託者がテーマや内容を提案し、県と協議のうえ決定すること。なお、原稿についても受託者において新規に作成するものとする。校正については、滋賀県による校了確認が行われるまで実施する。
- ③ 海外向けのリリースを、県と協議の上3件以上作成し、必要な言語に翻訳し発信すること。

(2) メディアリレーション活動

首都圏や関西圏への発信を念頭に、テレビなどのメディアと良好な関係を構築し、滋賀県の情報が取り上げられるよう、メディアのニーズ等の実態や動向を把握し、適切な対メディア戦略を企画立案し、次の誘致を行うこと。

- ① 全国ネットや首都圏・関西圏をターゲットとした地上波のテレビ番組
- ② 雑誌もしくは Web 媒体(SNS 媒体を含む)

上記①、②においては、効果的なメディア戦略となるよう県に提案のうえ実施すること。

※企画内容や回数等については、受託者の提案に基づき、県と協議の上、決定すること。

※既に滋賀県の情報を取り上げることが決まっている企画への取材協力については、上記の誘致件数としてはカウントしない。

(3)職員の広報力向上に係る業務

職員の広報力向上のための研修を2回以上実施するとともに、庁内各課の職員から広報に関する相談があった際に、専門的な知見による助言を行える体制(オンライン可)を提供し、県広報のアドバイザーとして必要な助言等を行うこと。

(4)その他県が行う広報活動に係る支援業務

- ① マーケティングの視点をもって、県外在住者向け PR 活動に係るターゲット調査や分析等を行い、結果をまとめること。また、(1)(2)を実施するごとに県に対してその成果や効果等のフィードバックを行い、次回以降の PR 事業に活かすこと。
- ② メディア向けの本県魅力紹介冊子(FACTBOOK)等、滋賀の魅力あるコンテンツをメディアに分かりやすく紹介するための広報ツールを作成すること。内容等については、県と受託者で協議の上、決定するものとする。

5 業務履行にあたっての条件および留意事項

(1)メディアリレーション活動に伴うパブリシティ経費について

テレビ番組への露出や雑誌等への掲載に係る取材費・記事制作経費、媒体料金、タイアップ費用などのパブリシティ経費について、委託者は負担しない。

(2)メディアコンタクト

本県に関する情報を各種メディアの記事や番組に取り上げられるよう働きかけること。

- ① 露出の確度を高めるために、テーマに応じて直接訪問や電話等によりメディアコンタクトを行う。
- ② メディアからの問合せや取材依頼に対して、県側との調整および取材の立会い等を必要に応じて行う。
- ③ 必要に応じて、県の担当者とメディアが接する機会を設ける。

なお、上記の働きかけに際してメディア側が見やすい形のコンタクトツール等を準備すること。

(3)定例のミーティングの実施

県庁舎内において、月1回程度ミーティングを行い、活動状況の報告および今後の広報戦略等について協議を行う。

ミーティングにおいては、新たな広報媒体や既存媒体の活用方法、SNS 事例、広報戦略等、県が戦略的に情報発信をするために必要な提案を行うこと。

また、PR 案件の選定の参考とするため、滋賀県内の視察を必要に応じて行うこと。

(4)活動実績および活動成果報告書の作成

リリースを行ったメディアやコンタクトしたメディアの履歴ならびに掲載記事や映像のクリッピングおよび広告換算額を翌月の10日までに報告すること。

併せて、どれだけのユーザーに届いたか、どのような反響があったかの2つの観点から指標化し、活動実績の評価を行うこと。

また、半期に一度、統合的に活動成果を振り返る半期活動報告書を提出すること。

(5)その他

契約書に定めのない事項については、県と受託者で協議の上、決定するものとする。