

## 平成 30 年度高知家プロモーション事業委託業務 概要書

### 【基本的な方向性】

#### 1 プロモーションの目的

高知家のコンセプト（※1）のもと、プロモーションコンセプト（※2）に基づいた一連のプロモーション活動を通じて高知県の認知度を向上させるとともに、多様な施策・コンテンツによって県内外とのコミュニケーションを促進させることにより、県産品の購買、観光、移住といった各分野の具体的な行動フェーズにつなげる。

##### ※1 「高知家のコンセプト」

「高知県は、ひとつの大家族やき。」のコピーのもと、美味しい食材や豊かな自然など高知の魅力は様々あるが、県外の方であっても一度出会えば家族のように親しくなる高知県人の気質（気さくさ、人懐っこさ、受け入れ力の強さ、面倒見の良さ、豪快さ、寛容さ、人と人とのつながりの深さなど）を一番の魅力とし、その魅力を通じて高知の様々な情報発信を行うというコンセプト。

##### ※2 「プロモーションコンセプト」

本業務で行うプロモーション活動のベースとなる年間を通じたコンセプト。（過去のプロモーションコンセプトや今回のプロポーザルでの提案を踏まえ、公社と協議のうえ決定。）

#### 2 プロモーションの対象地域

関東圏、関西圏をコアターゲットとして、全国を対象とする。

#### 3 プロモーション活動の展開の方向性

情報発信を行うにあたっては、高知家コンセプトをレバレッジ（相乗効果を生む、てこ機能）とした行動フェーズへのブリッジとなるPR施策を展開することとする。

### 【実施施策の内容】

#### 1 高知家の認知促進を図る訴求力の強いプロモーションコンセプトの設定

高知家プロモーションスタート時にコンセプトとした「高知県はひとつの大家族やき。高知家」をベースに毎年プロモーションコンセプトを設定し、コンセプトに沿って県内での認知獲得施策（ピンバッジ配布など）、県外に向けての理解促進動画制作、「高知家の〇〇」といった情報発信プラットフォーム開発など、あらゆる角度・施策で高知家を定着・拡散させてきた。

これまでの5年間を総括すると、「高知家の『大家族』は血縁だけではなく、趣味や仕事やおきゃくなどでつながっている『いろんな家族』がいて、『ポジティブ』で『ス

ター』のような彼らが、高知の海・山・川の『ええもん』を『おすそわけ』してくれるような『大家族』である」といえる。

高知家プロモーション1年目は移住をダイレクトに呼びかけていたが、2年目以降は観光・移住フェーズに「つなげていく」高知らしいヒト・モノ・コトの紹介をすることで高知県の魅力を訴求してきたことにより、「買ってみたい」「行ってみたい」「住んでみたい」という意向度が上がり、観光や移住という行動フェーズにつなげてきた。

6年目となる平成30年度はこれまでの5年間のコンセプトを踏襲しつつ、あわせて6年目の高知家プロモーションが新たなステージに立つことを強く宣言するプロモーションコンセプトを設定する。

なお、プロモーションコンセプトについては、高知家コンセプトから大きく異なる斬新な表現を必ずしも期待しておらず、訴求力の強さがポイントであると考えており、また、新たなプロモーションコンセプトの設定が必須と考えているものでないことにも注意されたい。

<参考>過去のプロモーションコンセプト

- ・平成26年度「高知県のええもん、ぜーんぶおすそわけやき。」
- ・平成27年度「高知家の家族は、みんなあがスターやき。」
- ・平成28年度「高知家には、ポジティブ力がある。」
- ・平成29年度「高知家は、いろんな家族で大家族。」

## 2 各コミュニティや地元メディア等との連携によるコンテンツ開発・制作のスキーム構築と情報発信力の強化

県内を中心とした各コミュニティ（市町村、商店街、各団体、学校等）や地元メディア等と協働でコンテンツ開発・制作を行うことで、話題性のあるコンテンツが持続的に生み出される流れを構築する。

また、「高知家の〇〇」など高知家プロモーション活動による直接の情報発信と合わせて、各コミュニティや地元メディアのホームページやブログ、SNSと相互に連動した情報発信を実現する仕組みを講じるなど、情報発信の拡散力の強化を行う。

なお、その際は高知家 ALL STARS、高知家ポジティブ・コレクション、高知家の〇〇家族、高知家の公式フェイスブック (<https://www.facebook.com/kochikeallstars/>) といったこれまで展開してきた高知家の家族の方々を主人公とした直接参加の取り組みによる資産も適宜活用するものとする。

## 3 各種施策の効果的な実施

プロモーションコンセプト、コピー、ロゴ、グラフィック、プロモーション動画、記者発表、イベント、屋外広告、ウェブ広告、グッズなどについては、プロモーションの目的を達成するため効果的に選択し、組み合わせるものとする。

また、プロモーション動画の制作や記者会見やイベントの実施、ペイドパブリシティ、タレントの起用などにより話題化のヤマを6月及び12月の年2回程度講じるものとする。

なお、前年度の施策と関連性のある施策を実施する場合には、その実施方法などについて必要に応じて公社と協議のうえ実施するものとする。

#### 4 高知家ホームページのリニューアル

過去のコンテンツを蓄積・整理するとともに、プロモーション活動によって制作した各種コンテンツなどの情報の集約を行い、県産品、観光、移住サイト等へのポータル機能を発揮するといった機能により、プロモーション目的を達成するために有効なホームページのリニューアルを行うこと。

ただし、キービジュアルやロゴ等の差し替えなどを中心に実施するなど現状からの変更は最小限にとどめるものとし、大幅なリニューアルが必須と考えているものでないことに注意されたい。

また、上記2及び3のキュレーション（まとめ）機能として既存ページである「高知家の〇〇」を引き続き活用し、ウェブ戦略の柱として運用する体制をとること。

#### 5 メディアへのリリース活動

公社は県産品の外商の推進、観光振興、移住促進の各分野の中でも優先的にプロモーション活動の対象とする具体的項目を10程度設定する。

なお、平成29年度における訴求内容や項目は別添参考資料①のとおりであるが、平成30年度の項目、露出希望時期や内容については契約時に双方で協議の上、公社が指定することとする。

高知家プロモーション活動全体としての認知・理解促進のため、また県産品等のPRにつなげるため、ニュースレターの作成・配信を中心としたメディアへのリリース活動を年間を通じて随時実施するものとする。

#### 【KPI（Key Performance Indicator：定量指標）の設定】

実施施策のKPIとして、以下の指標を設定するため、それぞれ成果指標の目標値を企画提案書で示すこと。（以下の各項目で示す条件を満たす提案とすること）

##### (1)高知家の認知度

下記【その他の実施内容】2で実施するインターネットアンケート調査での高知家の認知度35%以上。

##### (2)メディアリリース

旬の産品や話題のコンテンツを中心とした（認知度で測定する高知家プロモーション全体分を除く）PR活動業務について、ニュースレターの作成及び配信10本以上。

### (3)高知家プロモーションサイトへの集客

「高知家の〇〇」のPV（ページビュー）年間 300 万 PV 以上。

<参考>過去の高知家ホームページPV数

1年目 H25.6月～H26.3月 8.8万PV/月

2年目 H26.4月～H27.3月 6.0万PV/月

3年目 H27.4月～H28.3月 8.0万PV/月

4年目 H28.4月～H29.3月 4.7万PV/月

5年目 H29.4月～H30.1月 6.2万PV/月（※今後大きなヤマを設ける予定）

#### 【その他の実施内容】

##### 1 全体の実施スケジュールの作成

各項目の想定スケジュールを示すこと。

また、プロモーションのスケジュールは、プロモーションコンセプトの発表やサイトリニューアルは6月末まで、プロモーション項目におけるメディアに対するリリース活動の開始については、5月下旬～6月上旬までをそれぞれの開始時期の目途とする。

##### 2 インターネットによる認知度等のアンケート調査

別紙高知家プロモーション高知県イメージ調査委託業務仕様書のとおりとする。

<参考 これまでの高知家プロモーション活動における制作物の活用について>

###### (1) 高知家のロゴ及びマーク

これまでの制作物の利用は可能。また、既存の制作物をベースとした新たなデザインの作成は可能。

###### (2) ポスター、動画等のコンテンツでタレントが出演しているもの

肖像権の使用許諾を得られなければ不可能。

###### (3) その他のコンテンツ

上記(2)以外のグラフィック、PR動画、コンセプトコピー、高知家特設サイトのコンテンツ、高知家オリジナルグッズ（ピンバッジ、スターグラス、名刺等）は、変更を加えず使用する場合は高知県及び公社が行うプロモーション活動の目的の範囲内で利用可能。