

令和5年度広告宣伝等業務

業務仕様書

令和5年1月

岩手県競馬組合

この「業務仕様書」（以下「仕様書」という。）は、岩手県競馬組合（以下「競馬組合」という。）が実施する「令和5年度広告宣伝等業務」（以下「本業務」という。）に係る受託候補者の選定に関して、競馬組合が、契約する事業者（以下「受託者」という。）に要求する本業務の概要や仕様を明らかにし、企画競争に参加しようとする者（以下「参加者」という。）の提案に具体的な指針を示すものである。

1 本業務の概要

- (1) 業務名 令和5年度 広告宣伝等業務
- (2) 実施期間 契約締結日から令和6年2月29日まで
- (3) 見積限度額 160,000千円（税抜）以内

2 広報展開の基本方針

岩手競馬は令和4年度にダート競馬の祭典と言われるJBC競走の施行を契機に、コロナ禍に伴う社会・経済状況の変化によって競馬場から遠のいたお客様の来場回復や新たな競馬ファンの獲得、拡大したインターネット投票会員の岩手競馬ファンとしての定着などに取り組んできており、今年度も対前年度比でプラスの売上を達成しているが、レジャーが多様化してきている中で巣ごもり需要による売上増は陰りを見せ始めている。

こうした環境の中で売上の多くを占めるのはインターネットで岩手競馬を購入されるお客様であり、いかに馬券の購入に結びつけるかが大きな課題となる。

一方で他地区の競馬場と比較して、競馬場や専用場で現金投票されるお客様の売上の占める割合は岩手が最も大きく、実際に来場されるお客様の満足度が向上する環境づくりも必要である。

こうした環境を背景に、2023シーズンの広報展開のコンセプトを設定したうえで、各種広報ツールの特性を生かしつつ、岩手競馬を全国にアピールしブランド力をあげる、統一感のある広報を実施したい。

(1) 勝馬投票券購入につながる情報発信

拡大したインターネット投票会員を岩手競馬ファンとして定着させるとともに全国の新たなファンを獲得し、インターネット投票の好調な売上を維持向上させる取組を推進する。

(2) 岩手競馬への参加促進による新規及び恒常的なファンの獲得

女性や若者、家族連れなどをターゲットとした新たなファンを獲得し恒常的なファンへ昇華するよう努める。

また、競馬を中心とした馬事文化への理解の促進や岩手競馬へのイメージ向上を図る。

3 令和5年度広報重点期間（予定）

- (1) 岩手競馬開幕 4月2日（日）
- (2) 盛岡開幕 4月30日（日）
- (3) マーキュリーカップ 7月17日（祝月）
- (4) クラスターカップ 8月15日（火）
- (5) ダービーグランプリ 10月1日（日）
- (6) 南部杯 10月9日（祝月）
- (7) 年末年始 12月24日（日）～1月3日（水）

4 広報施策要件

広報展開の基本方針を十分に理解の上、以下に記載する広報施策等について、最適な方法を提案すること。

【通年ブランディング】

(1) 本業務に係るコミュニケーション戦略の企画立案

本業務の目的を達成する上で、最適と思われるコミュニケーション戦略を企画立案すること。
また、当該コミュニケーション戦略を提案するに至った根拠について、競馬ファンの動向調査など、出来るだけ具体的に提示すること。

(2) キービジュアルの制作

コミュニケーション戦略に適したキービジュアル（広報キャッチコピー、ロゴ、WEBバナー、その他グラフィック類）を制作すること。

【通年広報】

(1) スポーツ紙馬柱掲載

- ・過去の実績にとらわれず、最も効果的と考えられる内容について提案すること。
- ・各新聞社杯時における記事拡充・来場イベントについても併せて検討すること。
- ・ダートグレード競走等主要競走時の記事拡充についても検討すること。

(2) 新聞広告

- ・自場（場外発売施設）の発売増、来場者増を目指し最も効果的な掲載方法を提案すること。
- ・年間の新聞広告掲載に対する全体的な考え方、スケジュールを明示すること。

(3) 場内装飾

- ・キービジュアルに連動した場内装飾を提案すること。

(4) WEB 広告・WEB キャンペーン

- ・バナー広告や各種 PV を活用した動画広告等、最適と思われる WEB 広告を提案すること。
- ・主要重賞競走において、ネット購入促進、来場促進につながるキャンペーンを提案すること。

その際、公式 Twitter、公式 YouTube を有効活用すること。

(5) ポスター制作

- ・キービジュアルに連動したポスターを提案すること。
- ・1種類あたり B1 ポスター100枚程度、B2 ポスター600枚程度及び B3 ポスター700枚程度を制作すること。
- ・県内8か所、県外24か所へ納品すること。※媒体へは代理店が直接納品すること。
- ・岩手競馬開幕ポスターは4月の水沢開催からの内容とする。
- ・プレゼン時にキービジュアルに連動した絵コンテを1～2案提出すること。

(6) 本場イベント

- ・ターゲット層を明確に示し、本場への来場促進につながるイベントを提案すること。
- ・その他、通年での来場促進、発売促進イベント等を検討すること。

(7) テレビ出稿等

- ・テレビ CM 尺は15秒とし、効果的と思われる媒体、放映日及び GRP について提案すること。
- ・キービジュアルに連動した PV を制作すること。

- ・岩手競馬開幕 CM は 4 月の水沢開催からの内容とすること。
 - ・プレゼン時にキービジュアルに連動したの絵コンテを 1 ～ 2 案提出すること。
 - ・ミニ番組については任意提案とする。
- (8) ラジオ実況放送
- ・過去の実績にとらわれず提案すること。
- (9) ラジオ番組
- ・過去の実績にとらわれず検討すること。
- (10) テレビ中継
- ・過去の実績にとらわれず検討すること。

【その他】

(1) 組織体制

プロジェクトリーダーを中心に、本業務に係る進捗管理を徹底し、岩手県競馬組合に対して定期的に報告・連絡・相談を行い、責任と主体性を持って業務の円滑な進行及び調達元の負担軽減につながる体制を提案すること。

5 企画提案書の作成

(1) 企画提案書の作成（任意様式 A 4 版 A 3 版折込可）

参加者は、「1 本業務の概要」、「2 広報展開の基本方針」に沿った内容で企画提案書を作成すること。

(2) 企画提案書等の提出

正本 1 部及び副本 8 部とする。

(3) 企画提案の無効

下記のいずれかに該当する企画提案は、無効とする。

- ① 提出期限を過ぎて提出された企画提案
- ② 民法（明治 29 年法律第 89 号）第 90 条（公序良俗違反）、第 93 条（心裡留保）、第 94 条（虚偽表示）又は第 95 条（錯誤）に該当する企画提案
- ③ 参加資格確認申請書を提出していない者からの企画提案
- ④ その他、本実施要領に定める事項に反した企画提案

6 契約に関する条件

(1) 再委託等の制限

- ① 受託者は、本業務の全部又は本業務の企画若しくは制作等のうち監理業務部分を一括して第三者に委託し、又は請け負わせてはならない。
- ② 受託者は、本業務の一部を第三者に委託することができるが、その際は事前に、再委託の内容、再委託先（商号又は名称）、その他再委託先に対する管理方法等、必要事項を競馬組合に対して文書で報告しなければならない。

(2) 再委託の相手方

受託者は、上記「(1) 再委託等の制限」②により本業務の一部を第三者に委託する場合は、その相手方を、岩手県内に主たる営業所を有する者の中から選定するように努めなければならない。

(3) 業務履行に係る関係人に関する措置要求

- ① 競馬組合は、本業務の履行につき著しく不相当と認められる場合は、受託者に対して、その理由を明示した文書により、必要な措置をとるべきことを請求することができる。

② 競馬組合は、上記「(1) 再委託等の制限」②により受託者から委託を受けた者で本業務の履行につき著しく不相当と認められる場合は、受託者に対して、その理由を明示した文書により、必要な措置をとるべきことを請求することができる。

③ 受託者は、上記①、②による請求があったときは、当該請求に係る事項について必要な措置を講じ、その結果を、請求を受けた日から10日以内に、競馬組合に対して文書により通知しなければならない。

(4) 権利の帰属等

本業務の実施による著作権は全て岩手県競馬組合に帰属し、同組合が広報宣伝、来場促進及びその他の目的のために自由に使用できるものとする。

(5) 機密の保持

受託者は、本業務を通じて知り得た情報を機密情報として扱い、目的外の利用、第三者に開示、漏えいしてはならない。契約終了後もまた同様である。

(6) 個人情報の保護

受託者は、本業務を履行する上で個人情報を取り扱う場合は、個人情報保護条例（平成13年3月30日岩手県条例第7号）を遵守しなければならない。