(様式2)

2022年度　コンテンツマーケティング補助金　対象事業指定申請書

(プロモーション型)

　　　　　年　　月　　日

（あて先）

一般財団法人さっぽろ産業振興財団理事長

申請者　住　　　　所

法人・団体名

代 　表 　者　　　　　　　　　　　印

「コンテンツマーケティング補助金(プロモーション型)」対象事業の指定を受けたいので、下記のとおり関係書類を添えて申請します。

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| １ | 補助対象経費/見積額 | 円 |

＊経費内訳書の対象経費の合計額を記載

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| ２ | 補助金交付予算額 | 円 |

＊経費内訳書の補助額の合計額を記載

３　添付書類 ＊交付要綱第8条で定める資料を添付してください。

1. 宣誓書（様式３）
2. 申請者の定款又はこれに類する規約
3. 過去２年の事業報告及び決算報告（又は事業計画及び収支予算）
4. 申請者の直近の市税・町税の納税証明書（指名願用）
5. 映像コンテンツの制作(編集作業)スケジュール
6. コンテンツ制作スタッフの一覧
7. 経費内訳書および業務委託先の見積書
8. コンテンツ制作にかかる委託事業者の法人概要等の資料
9. 業務委託仕様書
10. コンソーシアム構成書およびコンソーシアム協定書(コンソーシアムを構成する場合のみ)

＊事業計画書の内容は、審査基準の対象となりますので、詳しく記入してください。

＊提出する際は、赤字の部分は削除してご提出ください。

申請者概要

|  |  |
| --- | --- |
| 法人・団体名 |  |
| 代表者職・氏名 |  |
| 住所（所在地） | （申請事業所住所）〒　　－  北海道  （本社住所）〒　　－  北海道  ＊申請事業所と本社が異なる場合は、本社住所も記載ください。  ＊北海道内に事業所を有していても、本社が道外に設置されている場合は、補助金申請の対象外となります。 |
| 電話番号 |  |
| ホームページ |  |
| 設立年月日 |  |
| 構成員 |  |
| 沿革 |  |
| （事務担当者連絡先） |  |
| 役職 |  |
| 氏名 |  |
| 電話番号 |  |
| e-mailｱﾄﾞﾚｽ |  |

委託事業者概要

|  |  |
| --- | --- |
| 法人・団体名 |  |
| 代表者職・氏名 |  |
| 住所（本社所在地） | 〒　　－  北海道札幌市  ＊映像制作の委託は、札幌市内のコンテンツ制作事業者に限ります。 |
| 電話番号 |  |
| ホームページ |  |
| 概要 |  |
| （担当者連絡先） |  |
| 役職 |  |
| 氏名 |  |
| 電話番号 |  |
| e-mailｱﾄﾞﾚｽ |  |

* 委託事業者の概要がわかるものであれば、別の様式によることができます。

事業計画書

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| (1) | プロモーション名 | \*システム説明コンテンツ制作事業、生産農家紹介コンテンツ制作事業、自社商品を活用したレシピ紹介コンテンツ制作事業など。 |
| (2) | 扱う商材  審査基準表①  審査基準表⑤ | **商品名・サービス名**  ＊本映像制作でプロモーションする商品やサービスを記載ください。  **ストーリー・価値**  ＊製品コンセプト、開発経緯やストーリーなどを記載ください。（学生との共同開発、道産食材の活用、環境保護の観点からなど）  **商品・サービスの価格**  ＊自社が扱う商品の単価やサービス料金を記載ください。  ＊同様の他社製品や業界基準価格がある場合は、比較情報として記載ください。  **商品・サービスのポジション**  ＊自社の商材の売りや強み、他社との差別化を図っているところなど、業界内の位置付け（高いけどラグジュアリー感を重視など）も加えて記載ください。  **プロモーションの実態**  ＊現在行っている、商材のプロモーションについて記載ください。  **販売状況と映像活用で望む成果**  ＊現状の販売数や、サービス利用数を記載ください。  ＊映像活用を含む、マーケティング活動によって期待する販売数や利用数を記載ください。 |
| (3) | 市場とニーズ  審査基準表①  審査基準表⑤ | **市場感と市場規模**  ＊本商材のニーズなどを記載ください。  ＊全世界で販売されているなどの情報とともに、特定の市場における取引総額などを記載くだ  さい。  **ターゲティング**  ＊自社商材の勝負の対象とする販売範囲（国内のみなど）、販売層（年齢など）を記載ください。  **流通・販売方法**  ＊本商材における顧客との窓口を記載ください。（小売業への流通なのか、販売店、ネットシ  ョップでの販売なのかなど）  ＊また、出来るだけ具体名を記載ください。（イオン、ヤフーショッピング、自社サイトな  ど） |
| (4) | コンテンツ  審査基準表②  審査基準表③ | **コンテンツを必要とする理由**  ＊自社商品・サービスの課題などを明記した上で、コンテンツ活用によって解決したい（訴求したい）事柄を記載ください。  ＊動画にすべき、商材が持つ真の価値があれば記載ください。  例：「携帯電話」を売っているのではなく、どんなに離れても繋がれる時間を売っているなど |
| **コンテンツの内容・工夫**  ＊具体なコンテンツの構成を明記するとともに、先に述べた訴求ポイントをどのような形で見せていくのかなどを記載ください。  ＊コンテンツ事業者からの内容の提案について記載。課題解決のため、コンテンツ事業者と協議した内容等を記載。  ＊ユーザーと一番近い、自社営業マン目線を取り入れたなど。 |
| **形式等**  ＊尺・本数・言語 |
| (5) | コンテンツの制作実施計画  審査基準表③ | **事業処理体制図**  ＊体制図については、作業分担、人員体制などを記載（別様式も可）。  ＊コンテンツ制作の委託事業者以外で、関与する企業がいれば記載。 |
| **コンテンツ事業者(委託事業者)の選考の経緯と理由**  例)過去にWEBサイト構築やフライヤーの作成など、他プロモーションツール作成を依頼しており、自社の商材への理解度が高く、経営戦略なども既に共有出来ていることから。  例)CG制作に長けている業者を探している中で、制作だけでなく、コンテンツの出口も考慮した企画内容の提案があり、課題解決のパートナーとして最適であったため。 |
| **コンテンツ制作・編集のスケジュールと撮影(編集)地**  制作期間：　　年　　月　　日～　　年　　月　　日  撮影(編集)場所：（例　自社○○工場内など） |
| (6) | コンテンツの  活用や発信  審査基準表③  審査基準表④ | １、マスメディアの利用  発信時期：（例　CM放送期間や番組日時などを記載）  発信方法：（例　テレビCM、番組で取り上げられるときは番組名など）  国・地域：（例　日本、中国、アメリカ等）  発信相手：（例　視聴者層や視聴人数、視聴率など）  他の取組：（例　番組内で商品のプレゼント企画を行うなど）  ２、自社WEBサイトでの活用  掲載時期：（例　掲載開始時期などを記載）  掲載場所：（例　人事採用ページ、企業紹介ページ、新たなランディングページなど）  アクセス数：（例　ブランディングコンテンツ活用前のアクセス数）  着地方法：（例　SNS広告、リスティング広告、メルマガ、フライヤーからの誘引など）  他の取組：（例　ブランドコンセプト専用ページの作成など）  ３、SNSでの発信  発信時期：（例　発信時期などを記載）  手段：（例　ツイッター、フェイスブック、インスタグラム、Youtubeなど）  登録者数：（例　ブランディングコンテンツ活用前の登録者数）  再生回数：（例　目標とする再生回数など）  他の取組：（例　ブランドコンセプトを発信し続けるための、Youtubeチャンネルを作り定期配信する、同時に動画広告として埋め込むなど。＊動画広告として発信する場合は、インストリーム、インバナー、インリードなど広告の埋め込み方も記載すること）  ４、リアル店舗でのインストア動画発信  発信時期：（例　開始時期、期間などを記載）  発信場所：（例　店舗内のディスプレイ場所を記載）  利用客数：（例　店舗利用客数）  使用機材：（例　40インチモニターなど）  他の取組：（例　POP掲示やリーフレット配架、特設コーナーの設置など）  ５、自社イベントや展示会での活用  開催時期：（例　イベント開催時期などを記載）  開催内容：（例　イベント名やイベント内容などを記載）  開催場所：（例　イベント開催場所を記載）  来場者数：（例　来場総定数を記載）  展示方法：（例　ブース設置、モニター設置、試食展開など）  他の取組：（例　事前アポによる商談への誘引など）  ６、営業現場でのプレゼンテーション動画としての活用  営業頻度：（例　営業員〜名。月〜回実施など）  営業先：（例　既存の他、これからの新規活用先など）  営業内容：（例　大型スクリーンを活用しての、プレゼンなど）  他ツール：（例　プレゼン資料など）  他の取組：（例　営業員に対してのインナーブランディングを〜月〜日実施など）  ７、シネアドやデジタルサイネージ、他媒体の利用  発信時期：（例　時期や期間などを記載）  発信場所：（例　映画館名、サイネージ設置場所など）  視聴者数：（例　想定入場者数や想定通行量など）  工夫：（例　ターゲット層が多い映画の選定など） |
| (7) | 成果を出すための実践的取り組み  審査基準表④ | **実践的取り組み　＊計画がある場合のみ記入**  例)映像発信と合わせて、SNSでプレゼントキャンペーンを実施  例)モニター横で試食会を実施  例)インフルエンサーを起用し、施設利用動画を発信  例)サービス利用方法をスマートフォンで撮影して、定期的に発信し続ける  例)社内で、動画活用方法の研修を実施する  例)WEBサイトの構築、もしくはリニューアル  例)素材を使ったレシピコンテンストの開催  例)パッケージの改定や価格の見直し |
| (8) | プロモーションに係る全体予算  審査基準表④ | **プロモーション全体予算**  ＊補助対象経費外の項目、実践的取り組みの予算も含めて記載  ＊事業収入や企業協賛、他の公的支援制度の活用予定等の収入見込みについても漏れなく記載すること（最終的な状況は報告書に記載）。 |
| (9) | プロモーションの効果検証  審査基準表⑤ | ＊効果測定指標及び測定・検証方法について記載。具体な目標数値を掲げ、目標に対する複数の評価ポイントを自らで設定し、達成率の把握や課題把握などの取組について記載すること。  ＊映像活用後の販売数・売上額の推移や、商談継続数・商談成約数の把握、顧客向けマニュアル配布部数などの定量情報のほか、アンケートによる聞き取りやメディア紹介などの定性情報を記載 |