

## インバウンド誘客強化事業（アジア市場） 仕様書

### 1. 業務名

インバウンド誘客強化事業（アジア市場）

### 2. 業務目的

本業務では、中長期的・専門的視点で、本市の魅力を海外に広く発信し、アジア市場における認知度向上と、各種情報発信や旅行商品の造成等に繋がる誘客活動を行うことにより、本市へのインバウンド誘客を促進することを目的とする。

### 3. 履行期限

契約締結日から令和8年3月20日（金）まで

### 4. 対象国

台湾、香港

※上記2カ国を必須とするが、それ以外のアジア圏の国や地域へのアプローチを妨げるものではない。

### 5. 業務内容

本業務を遂行するための実施計画（スケジュール含む）および実行体制をあらかじめ明示し、全工程における運営管理（各種進捗状況の把握および報告、個人情報管理、セキュリティ対策等）を徹底するとともに、発注者の活動に関するコンサルティング、サポートを行うこと。

また、企画提案した内容については、発注者と協議し、その意向を反映した上で、以下の業務を行うものとする。

なお、本業務の遂行に係る費用は、すべて委託費に含むこととする。

#### (1) 体験コンテンツによる誘客プロモーション

##### ①企画・実施

- ・対象国からの観光客ニーズに即した体験コンテンツ（例えば、フルーツ狩り等）を企画し、宮崎市内の観光関連事業者と連携した誘客のためのプロモーション施策を実施すること。
- ・②で制作するランディングページを活用し、対象国に対し、当該体験コンテンツを販売促進するためのキャンペーン（値引クーポンの発行等、来訪者が何らかのメリットを享受できるもの）を実施すること。
- ・販売する体験コンテンツや連携する観光関連事業者の候補等、プロモーション施策の具体的な内容について、提案書に明記すること。
- ・キャンペーンの具体的な内容およびKPI（予約数）について、提案書に明記すること。
- ・施策対象に係る予約受付および問合せ対応等の窓口業務を行うこと。
- ・予約後のキャンセル等を抑制する手法について検討し、提案書で方策を示すこと。

## ②ウェブサイトの制作・運用

- ・新規もしくは既存のウェブサイト（委託事業者が運営しているウェブサイトや、(公社)宮崎市観光協会が運用しているウェブサイト等）を活用し、①において企画する体験コンテンツを紹介するランディングページを制作・運用すること。
- ・また、インバウンド需要（対象国のニーズ）が期待できる飲食店等、その他コンテンツについても同ランディングページへ掲載することを妨げないものとする。
- ・掲載する体験コンテンツ等の予約については、ランディングページ上で行えるようにすること。
- ・ウェブサイトについては、SEO対策を講じること。
- ・使用する言語は、台湾・香港等で使用されている中文繁体字および英語とする。
- ・ウェブの自動翻訳機能を活用することは妨げないが、誘客促進のためのウェブサイトとして、品質を確保できる翻訳サービスを利用すること。
- ・活用するウェブサイトや使用言語、自動翻訳機能の活用有無については、提案書に明記すること。

## ③ウェブ媒体および SNS での広告出稿

- ・①において企画する体験コンテンツについて、対象の国および地域からの来訪見込者へ訴求するため、効果的な広告の配信を行うこと。
- ・対象国において、最適と思われる広告媒体を提案すること。
- ・SNS の活用（投稿と広告配信）においては、(公社)宮崎市観光協会が運用する SNS（Facebook、Instagram 等）とも連携を行うこと。
- ・最適と思われる広告出稿時期およびメディアプランを設定し、提案書に明記すること。
- ・最終的な出稿内容については、発注者と協議の上、決定すること。
- ・事業実施後は、広告接触者数、広告表示回数、広告表示 1 回あたりの経費、広告反応 1 回あたりの経費を実績報告書に含めること。

## (2) 情報発信

- ・宮崎の食・文化・自然等について、各種媒体（メディア、SNS、旅行関連サイト、観光関連誌、OTA 等）を活用した情報発信を行うこと。
- ・(1) で実施する誘客プロモーションと連携した情報発信についても提案すること。
- ・(4) で実施するインフルエンサー招請事業と連携した効果的な情報発信があれば提案すること。
- ・情報発信の内容については、台湾および香港で使用されている中文繁体字および英語で制作の上、日本語に翻訳し、事前に発注者へ確認を行うこと。
- ・事業効果の最大化を図るため、対象国の訪日旅行の実態・志向等を踏まえた上で、最適な媒体、情報発信のスケジュール等を提案すること。
- ・媒体の選定理由および情報発信をするターゲットの詳細なペルソナを示すこと。
- ・最適な情報発信手法（実施内容）およびその具体的な KPI について提案書に明記するとともに、選択した情報発信手法の有効性（得られる効果）について論拠を示すこと。
- ・事業実施後の実績報告にあたっては、記事または投稿ごとのリーチ数、エンゲージメント数を報告すること。また、掲載内容や掲載本数（投稿数）についても実績報告書に含めること。

### (3) セールス活動

- ・本市への誘客に繋がる事業者（現地旅行会社、各種メディア等）に対して、定期的にアプローチを行うこと。
- ・対象市場のニーズを反映させたセールス活動（企画、活動方針の作成、セールスツールの制作、進捗管理・運営等）を行うこととし、現地の社会情勢上、セールスが困難な場合は、発注者と協議の上、セールス手法を変更することとする。
- ・現地旅行会社に対し、本市を取り扱った旅行商品造成に向けた戦略的なセールス活動を広く行うとともに、売れ筋やトレンド等のヒアリングを定期的に行うこと。
- ・実施したセールス活動については、相手先ごとに詳細な実施状況報告書を日本語で作成し、適宜、経過報告を行うとともに、中間報告および最終報告書を提出すること。
- ・現地旅行会社に適宜連絡を取り、セールス活動に伴う旅行商品造成および送客状況の把握を行い、レポートを作成すること（事業開始前に造成されていた旅行商品は含まない）。
- ・旅行商品の詳細（旅行行程、金額、人気度、紹介方法等）を調査し、その結果を報告書に記載すること。
- ・海外旅行に影響する現地情報の収集、分析と報告を隔月行うこと。
- ・セールス活動の内容と成果を図る指標について、具体的な KPI および考え方を提案書に明記すること。
- ・最終報告で必要とする指標については、発注者と協議の上で決定することとする。
- ・発注者が現地を訪問する際のコーディネート・サポート（アポイントや通訳、営業同行等含む）を行うこと。

### (4) ファムツアー

本市を含む旅行商品造成の促進および個人旅行者の来訪促進に資することを目的として、ファムツアーを実施する。

#### ①旅行会社招請

- ・現地旅行会社の商品造成担当者を最低3社以上（各社1名以上）招請すること。
- ・現地旅行会社の選定にあたっては、過去の訪日取扱実績を踏まえた招請効果の高い旅行会社を選定すること。招請する旅行会社に対しては、ファムツアー実施後の商品造成、送客実績のヒアリングに応じることを条件とする。
- ・ファムツアーの旅程は、実際に招請した旅行会社において、予約手配・商品造成が可能な旅程とすること。
- ・招請した旅行会社が、帰国後、円滑に旅行商品造成に取り組めるための施策（招請コース関連資料や料金表の配布等）を講じること。
- ・招請した現地旅行会社が、ファムツアーを契機に造成した旅行商品の商品数、送客状況を把握し、その実績と効果について報告すること。

#### ②インフルエンサー招請

- ・対象国に訴求力のあるインフルエンサーを1名以上招請し、情報発信を行うこと。

- ・インフルエンサーの選定にあたっては、訪日旅行情報について信頼度の高い情報発信を行っている者を選定するとともに、過去にネガティブな情報発信を行っていないことを事前に確認すること。
- ・提案に際して、被招請候補者のプロフィールや選定理由、情報発信媒体等を記載の上、招請人数、投稿内容（プラットフォームおよびフォーマット）、投稿回数を提案すること。
- ・事業実施後は、リーチ数およびエンゲージメント数の実績を報告することし、実績数値が分かる書類（情報発信媒体の管理画面のスクリーンショット等）を添えること。

### ③共通事項

- ・ファミツアーの効果の最大化を図るため、期待する役割に応じたツアー参加者の選定を行うとともに、適切な招請時期、招請期間（滞在期間）等を考慮し、旅程を計画すること。
- ・招請先については、宮崎市および周辺地域とし、対象国のニーズを踏まえた上で、視察先を選定すること。
- ・ファミツアーに関する事項および視察先については、発注者との協議により決定することとし、事前に発注者へツアー参加者のプロフィールを提出すること。
- ・ファミツアーの内容と成果を図る指標について、具体的な KPI を提案書に明記すること。
- ・招請に係る手配については下記のとおりとする。
  - a) 日本国までの国際航空券および本市までの国内移動手段を手配すること。
  - b) 原則、本市内の宿泊施設を手配すること（1部屋1名朝食付きを原則とする）。
  - c) 旅程におけるすべての食事を手配すること。  
 なお、食事は重要な取材対象であるため、地域の多様な特色を捉えたものを含む内容とするとともに、食事に関する制限等の留意すべき事項があれば、事前に発注者へ情報提供すること。
  - d) 取材対象の観光施設等への入場、体験等の手配を行うこと。
  - e) 日本入国時におけるツアー参加者の査証発給手続きについて、国内受入責任者として書類の作成などを担い支援すること。
  - f) 必要に応じて、各ツアー参加者用の Wi-Fi ルーターを手配すること。
  - g) 保険加入等の備えを行った上で、全旅程における安全を期すること。  
 また、ツアー参加者に対し、旅程中の事故、怪我、第三者に対する損害等に係るツアー参加者の個人責任の範囲について、あらかじめ同意を得ること。
  - h) 全旅程に、通訳・旅程管理を行うことができる者および本市における観光に精通する者を同行させ、ツアー参加者に適宜情報提供できる体制を整えること。  
 手配する通訳者および旅程管理者には、事前に本事業の主旨・旅程を十分に理解させた上で、同行、旅程管理および旅程中の説明に従事させること。
  - i) 招請期間中は、日報を作成して提出するとともに、招請終了後の1週間以内に視察の様子（写真含む）を簡潔にまとめたレポートを日本語で作成し、発注者に提出すること。
  - j) 招請終了後は、速やかに、ツアー参加者に対してアンケートを実施し、結果を集計・分析した上で、日本語に翻訳して報告すること。アンケートの内容については、最終的に発注者の承認を得ること。

また、招請終了後もツアー参加者に随時連絡をとり、追加の情報提供を行うなどフォローアップすること。

k)得られた情報・写真等は、本業務におけるその他の活動にも活用することとし、招請に係る全旅程の実施記録（写真画像含む）を行うこと。

#### (5) その他

- ・月次ミーティング（オンライン含む）を行い、事業の進捗状況等を報告することとし、ミーティング後、簡潔な記録を作成し共有すること。
- ・発注者から求められた場合には、月次ミーティング以外でもミーティングを行うこと。
- ・発注者が必要と判断する軽微な文書等の翻訳作業を行うこと。
- ・適宜、事業遂行に係る方針について協議、助言すること。

### 6. 事業スケジュール

規定する業務内容を履行期間内に実施・完了することとし、事業スケジュールを作成し提案すること。なお、各業務の詳細な実施時期については提案を基に発注者と受注者が協議の上、決定する。

### 7. 実施報告書の提出

業務完了時に提出する実施報告書については、「5. 業務内容」(1)～(4)中に掲げるものの他、以下①～⑤の内容を網羅しておくものとし、最終的に必要な報告事項については、発注者と協議の上で決定すること。

なお、本業務終了後、受注者の瑕疵により成果品に不備が発見された場合は、発注者の指示に基づき、受注者の負担と責任において速やかに修正等を行うものとする。修正した場合は、成果物の差し替えを行うこととする。

加えて、本事業で得た各種データ等は、すべて報告書と併せてデータ納品することとし、データの送付だけでなく記録媒体（USB等）での提出も行うこと。

#### ①特定コンテンツによるプロモーション施策に係る実施結果の分析およびKPIに対する達成度

※KPIに対する実績は、送客を受けた観光関連事業者が発行する実績を証明する証明書等が望ましい。

#### ②情報発信に係る実施結果の分析（広告費換算額等含む）およびKPIに対する達成度合

#### ③セールス活動に係る実施結果の分析と今後の活動方策およびKPIに対する達成度

#### ④本事業開始後に造成された旅行商品（予定含む）に関する情報（商品数、送客数、ツアー概要等）

※ファムツアーを契機に造成された旅行商品と分けて計上すること。

#### ⑤ファムツアーに係る実施結果の分析およびKPIに対する達成度合

### 8. 個人情報の取り扱い

受注者は、本業務の実施に伴って取り扱う個人情報について、発注者の定める「個人情報取扱特記事項」を遵守しなければならない。

## 9. 成果物の権利関係

- (1) 本業務の履行における成果物の所有権は、すべて発注者に帰属するものとし、発注者の事業および発注者が認める事業において使用ができるものとする（原則、無期限）。
- (2) 成果物が著作権法（昭和45年法律第48号）第2条第1項第1号に規定する著作物（以下「著作物」という。）に該当する場合には、受注者は、当該著作物に係る受注者の著作物（同法第27条および第28条に規定する権利を含む。）を当該著作物の引渡し時に、発注者に無償で譲渡する。この場合において、受注者は、当該著作権の譲渡以降、著作者人格権を行使しないものとする。
- (3) 発注者は、本業務の成果物を利用するために必要な範囲において、これを無償で非独占的に利用でき、成果物は、発注者が原則として二次使用（再編集を含む印刷物の制作等）できるものとするが、発注者に不利益および損害の生じることがない場合に限る。  
受注者の責めに帰すべき理由により、発注者または第三者に不利益および損害を与えた場合には、受注者がその損害を賠償すること。

## 10. 留意事項

- (1) 受注者は、本業務（再委託をした場合を含む）を履行する上で、著作権、肖像権や個人情報を取り扱う場合は、関係法令等を遵守すること。もし、問題が発生した場合は、受注者が責任をもって対応すること。  
本仕様書に基づく作業に関し、第三者の肖像権、所有権、著作権を侵さないこと。  
また、第三者との間に著作権に係る権利侵害の紛争等が生じた場合は、当該紛争の原因が専ら発注者の責めに帰する場合を除き、受注者の責任、負担において一切を処理すること。  
この場合、発注者は、係る紛争等の事実を知ったときは、受注者に通知し、必要な範囲で訴訟上の防衛を責任者に委ねる等の協力措置を講じるものとする。
- (2) 受注者は、本業務（再委託をした場合を含む）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、第三者への開示および漏えいについて、善良なる管理者の注意をもってその情報を管理・保持すること。また、契約終了後も同様とする。
- (3) 受注者の責めに帰すべき理由により、発注者または第三者に損害を与えた場合には、受注者がその損害を賠償すること。
- (4) 受注者は、本業務を第三者に委託し、または請け負わせることはできない。ただし、あらかじめ発注者の承認を受けた場合には、業務の一部を委託することができる。
- (5) 受注者は、この契約に基づく業務を処理するため、本市から提供された資料等を本市の許諾なく複写または複製してはならない。
- (6) 受注者は、業務に関連する事故が発生した場合、直ちにその報告と対応措置などを本市に報告し、措置後の詳細な経過および結果報告を文書で行うこと。
- (7) 受注者は、受託業務遂行のために、受注者が保有する記録媒体上に、個人情報および機密に属する情報等を記録した場合は、業務完了時にすべて消去すること。また、契約解除の場合においては、速やかに消去すること。
- (8) 電子媒体によるデータ納品については、ウイルス対策ソフト等により検査した上で納品すること。納品データがウイルスに感染していることで、発注者または第三者が損害を受けた場合は、すべて受注者の責任と負担により、原状回復およびその他賠償等について対応するものとする。

## 11. 協議

この仕様書について疑義が生じたとき、または定めのない事項や細部の業務内容については、その都度、発注者と協議すること。ただし、社会通年上当然必要と思われるものについては、本業務に含まれるものとする。