

インバウンド誘客強化事業(アジア市場)業務委託仕様書

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、中長期的な視点に基づき本市の固有の魅力を多角的に発信し、アジア市場における認知度向上を図るとともに、専門的な知見やネットワークを活かした戦略的なプロモーションや実効性の高い旅行商品の造成に資する誘客活動を展開することで、一過性に留まらない継続的な来訪動機を創出し、本市へのインバウンド誘客を強力に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9年3月12日まで

4. 対象国

台湾、香港

※上記2か国・地域を必須とするが、相乗効果が見込める周辺地域へのアプローチを妨げない。

5. 業務内容

(0) 基本方針

受注者は専門性の高いノウハウを活用し、以下の業務を統合的に実施すること。

- 受注者は、本業務の遂行にあたり最適な実施計画(事業スケジュール)及び執行体制を提示し、全工程において適切な進捗管理、個人情報保護、情報セキュリティ対策を徹底すること。
- あわせて、発注者が推進するインバウンド施策全般に対し、専門的知見に基づくコンサルティング及び支援を行うものとする。
- 業務の実施にあたっては、企画提案内容を基本としつつ、発注者と緊密に協議を行い、その意向を柔軟かつ確実に反映させなければならない。
- なお、本業務の遂行に要する一切の費用は委託料に含まれるものとする。

(1) 全体戦略の構築及びプロモーション(自由提案)

本市の魅力を効果的に届けるための全体戦略を構築し、実施すること。手法については、最新の市場動向を踏まえ、最も効果が高いと思われるものを自由に提案すること。

- 台湾・香港市場における詳細なターゲットペルソナを客観的な根拠とともに設定すること。
- 予算内で最大限の効果(費用対効果)を発揮するための具体的な手法を提示するとともに、その手法を選定した論理的な理由を明示すること。
- 本市の強みである「食」「文化」「自然」等の体験コンテンツを魅力的なフックとして活用し、来訪・消費へ繋げるための方策を示すこと。
- 下記(2)現地セールス活動及び(3)ファムツアーとの連動性を重視し、事業全体の効果を最大化させる導線を設計すること。

(2) 現地セールス活動

本市への誘客に直結する現地の旅行会社やメディア等に対し、戦略的なBtoBアプローチを展開し、具体的な旅行商品の造成と販売促進を図ること。以下の業務を包括的に行うにあたり、具体的かつ実効性の高い手法を提案すること。

①セールス活動の展開と商品造成支援

- 対象市場のニーズや最新トレンドを反映させた活動方針を策定し、現地旅行会社及びメディア等に対して、継続的かつ効果的なセールス活動を行うこと。
- 本市を組み込んだ旅行商品の新規造成及び既存商品のブラッシュアップを強力に働きかけること。
- 単発の接触に留まらず、将来にわたって継続的な送客が見込める現地の有力パートナーとの強固な信頼関係(ネットワーク)を構築すること。

② 情報収集・分析及び提言

- 現地の社会情勢、旅行トレンド、競合自治体の動向等を隔月で収集・分析し、発注者へ報告すること。
- セールス活動を通じて得た現地の「生のニーズ」や課題を分析し、本市の受入環境整備や今後の観光施策に活かすための具体的な提言を行うこと。

③ 発注者の現地活動支援

- 発注者が現地を訪問する際のアポイント調整、行程管理、通訳、営業同行等のコーディネート業務を包括的に支援すること。

④ 報告及び成果の可視化

- 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(面談内容等)を日本語で記録し、適宜の経過報告に加え、中間及び最終報告書を提出すること。
- 本事業を契機に造成された旅行商品について、その詳細(行程、価格、販売方法、人気度、送客状況等)を調査・把握し、レポートを作成すること。
- セールス活動の成果を測定するための具体的な成果指標(KPI)及びその考え方を提案書に明記すること。
- 現地の社会情勢の変化等により、当初予定していたセールス手法の実施が困難となった場合は、発注者と協議の上、最適な手法へ速やかに変更すること。

(3) ファムツアー(招請事業)

本市を含む旅行商品の造成促進、及び個人旅行者(FIT)への情報拡散を目的として、ターゲット市場において高い影響力を有する旅行会社、インフルエンサー、またはメディア関係者を招請する。以下の業務を包括的に行うにあたり、具体的かつ効果的な内容を提案すること。

① 招請対象の選定

- 現地で高い送客実績を有し、商品造成権限を持つ旅行会社の担当者を選定すること。
- 訪日旅行に関し、各国・地域で高い発信力を持ち、ターゲット層への確に訴求できるインフルエンサーやメディア関係者を選定すること。
- 招請対象の選定にあたっては、過去の実績を精査し、不適切な発信歴がないことを確認すること。その上で、旅行会社については「訪日送客実績や商品造成能力」を、インフルエンサーやメディア関係者については「フォロワー数・属性、動画の見込み再生回数等の具体的な影響力」を明記したプロフィール及び選定理由を事前に提出し、発注者の承諾を得ること。

② 行程の企画・運営

- 単なる視察に留まらず、本市の強み(食・文化・自然等)を深く体感でき、帰国後の「記事化」や「旅行商品化」に直結するストーリー性のある行程を企画すること。
- 台湾・香港市場の最新トレンドを踏まえ、本市及び周辺地域を対象とした最適な視察先・時期・期間を設定すること。
- 旅行会社に対しては、実際に予約・手配が可能な旅程を提示し、帰国後速やかに商品化に取り組めるよう、関連資料や料金表等の必要なツールを完備すること。

③ 招請に係る手配・安全管理

受注者は、自らの責任において以下の事項を全て手配・管理すること。

- 国際航空券及び国内移動手段、宿泊施設(原則として本市内の施設・1人1室)の手配。
- 地域の特色ある食事の提供(アレルギーや食事制限等への事前対応を含む)。
- 取材先・視察先の手配、査証(ビザ)発給に必要な書類作成及び申請支援。
- Wi-Fiルーターの貸与、海外旅行保険への加入、及び全旅程の安全管理。
- 本市の観光に精通し、通訳及び旅程管理業務を遂行できる専門スタッフを全行程に同行させること。

④事後フォローと成果の最大化

- 実施後も参加者と緊密に連携し、追加情報の提供や商品造成・記事掲載の進捗管理を行うなど、成果の具現化に向けたフォローアップを行うこと。
- ツアー中に撮影した写真・動画、及び参加者によるレポート・投稿内容は、本事業における他のプロモーション活動においても有効に活用(二次利用)すること。
- 帰国後のアンケート調査を実施するほか、造成された商品数、送客数、SNS等のリーチ数・エンゲージメント数などの実績を収集・分析し、報告すること。

⑤報告及び成果の可視化

- 招請期間中の日報提出に加え、終了後1週間以内に写真を含む簡潔な速報レポートを提出すること。
- 最終報告時には、SNSの管理画面のスクリーンショット等、客観的な実績値が確認できる書類を添えること。
- ファムツアーの成果を測定するための具体的な成果指標(KPI)を提案書に明記すること。

6. 成果指標(KPI)の設定

本業務全体、及び各自提案する施策の成果を測定するため、各取組においては、それぞれ具体的なKPI(例：リーチ数、商品造成数、想定送客数等)を設定し、その達成に努めること。

なお、最終的な指標については、発注者と協議の上で決定する。

7. 管理体制及び遵守事項

(1) プロジェクト管理及び報告体制

- 履行期間内に全ての業務を完遂させるための詳細な実施計画(工程表)を提案し、発注者との協議を経て確定させること。
- 原則として、月1回の定期ミーティング(オンライン形式を含む)を開催し、進捗状況の報告及び施策の最適化に向けた協議を行うこと。また、発注者から要請があった場合は、必要に応じて随時ミーティングを実施すること。
- ミーティング実施後は、協議内容を簡潔にまとめた議事録を速やかに作成し、発注者と共有すること。
- 事業遂行の方針について適宜、専門的知見に基づく助言を行うとともに、発注者が必要と判断する軽微な文書等の翻訳作業(対象市場向け等)に柔軟に対応すること。
- 事故、トラブル、または不測の事態が発生した際に、迅速かつ的確に対応できるよう、あらかじめ緊急連絡体制を構築し、発注者へ報告すること。

(2) 個人情報の取扱い及び機密保持

- 本業務の実施にあたって取り扱う個人情報については、発注者が定める「個人情報取扱特記事項」を遵守し、適正な管理を徹底すること。

8. 実施報告書及び成果品の提出

受注者は、業務完了時に以下の書類及び成果品を提出し、発注者の検査を受けるものとする。

提出にあたっては、単なる実績の羅列に留まらず、各施策の分析及び次年度に向けた提言を盛り込むこと。

(1) 提出物及び内容

①実績報告書

- 事業全体総括、KPI達成度及び要因分析。
- 現地セールス記録、造成された旅行商品の詳細、現地市場の最新動向レポート。
- ファムツアー実績(招請者プロフィール、アンケートの集計、発信実績(エビデンス含む)等)。

②成果品

- 制作物の最終納品データ。将来的な二次利用に備え、編集可能な形式を含めること。
- 関係構築を行った現地旅行会社及びメディア等のコンタクトリスト(名簿)。

(2) 不備の修正

- 提出された報告書及び成果品に瑕疵が発見された場合、受注者の負担と責任において速やかに修正・再納品すること。

9. 成果品の権利関係

本業務を通じて作成された成果品の帰属及び利用については、以下の通りとする。

(1) 所有権及び著作権の帰属

- 本業務の履行により作成された全ての成果品(文章、画像、動画等)の所有権及び著作権(著作権法第27条及び第28条に規定する権利を含む)は、納品をもって発注者に無償で譲渡されるものとする。
- 受注者は、発注者及び発注者が許諾する第三者に対し、著作者人格権を行使しないものとする。

(2) 二次利用の範囲

- 発注者は、納品された成果品を、期間の制限なく無償で自由に利用(複製、改変、再編集、転載等)できるものとする。
- 受注者は、本業務の成果品を自社のプロモーション等に利用しようとする場合は、事前に発注者の書面による承諾を得なければならない。

(3) 第三者の権利侵害の防止

- 受注者は、成果品が第三者の著作権、肖像権、商標権、その他いかなる権利も侵害していないことを保証すること。
- 万一、第三者との間に権利侵害等に関する紛争が生じた場合は、受注者の責任と費用負担において全てを解決するものとする。ただし、当該紛争の原因が専ら発注者の責めに帰すべき理由による場合は、この限りではない。

10. 留意事項

受注者は、本業務の履行にあたり、以下の事項を厳守しなければならない。

(1) 法令等の遵守及び権利侵害の防止

- 本業務の実施にあたっては、著作権、肖像権、個人情報の保護に関する法令、及び関係諸法令等を遵守すること。
- 業務の遂行にあたり、第三者の所有権、著作権、肖像権、その他の権利を侵害してはならない。

(2) 機密保持の徹底

- 本業務を通じて知り得た一切の情報(個人情報を含む)は、機密情報として厳重に管理し、第三者への漏えいや目的外の利用を固く禁ずる。なお、この義務は本契約終了後においても継続するものとする。
- 発注者から提供された資料等について、発注者の許諾なく無断で複写または複製してはならない。
- 業務完了時、または契約が解除された場合は、受注者が保有する記録媒体上の機密情報及び個人情報を、責任を持って速やかに消去すること。

(3) 損害賠償

- 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は、受注者がその損害を賠償しなければならない。

(4) 再委託の制限

- 受注者は、本業務の全部または主要な部分を第三者に委託し、または請け負わせてはならない。ただし、あらかじめ発注者の書面による承認を受けた場合に限り、業務の一部を委託することができる。

(5) 事故報告及び対応

- 業務に関連して事故やトラブルが発生した場合は、直ちに発注者へ報告し、速やかに適切な応急措置を講じること。その後、詳細な経過及び結果を速やかに文書で報告しなければならない。

(6) 納品データの安全性確保

- データの納品にあたっては、最新のウイルス対策ソフト等により検査を実施し、安全性を確認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たことにより、発注者または第三者が損害を受けた場合は、受注者の責任と負担により、原状回復及び賠償等の適切な対応を行うこと。

11. 協議

本仕様書に定めのない事項や細部の業務内容については、発注者と受注者が協議の上、決定する。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。