

**万博に向けたデジタルマーケティングによる
インバウンド誘客プロモーション業務
公募型プロポーザル仕様書**

1 事業目的

コロナ禍での自粛期間を経て、訪日インバウンドが大都市圏をはじめ増加してきている中、本県においても一層プロモーションを強化していく必要がある。

また、2025年大阪・関西万博や2030年に予定される神戸空港国際化をインバウンド来訪の好機と捉え、海外市場における本県の認知拡大及びインバウンド誘客促進を図る。

については、デジタルマーケティングを活用し、インバウンドの県内宿泊数の増加及び効果的・継続的な誘客プロモーションを実施する。

2 業務の名称

万博に向けたデジタルマーケティングによるインバウンド誘客プロモーション業務

3 実施主体

公益社団法人ひょうご観光本部（以下、委託者という）

4 委託費、契約期間

- (1) 委託費 80,000千円以内（消費税及び地方消費税額を含む）
- (2) 契約期間 契約日～令和7年3月31日
- (3) 全体スケジュール

期 日	内 容
4月25日	募集開始
5月7日	参加申込締切
5月8日	質問締切
5月20日	提案書提出締切
5月下旬～	審査会の実施
5月下旬～	審査結果通知、契約締結、事業開始
6月上旬	年間スケジュール、事業指標、ターゲット、検証方式等協議
6月中旬～	宿泊施設向け説明会の実施、バナー・LP等制作開始
8月～	順次、プロモーション開始 ※途中で随時検証および見直し
3月下旬	実績報告

5 事業内容

海外 OTA でのインバウンド宿泊予約数の増加に向けて、本事業の効果を最大化し、活かしていくために、県内宿泊事業者への機運醸成や、今後のインバ

ウンド強化施策の継続も見据えた分析及び検証もできるよう企画内容及び事業毎の KPI について提案すること。

※ただし、実際の事業内容、KPI については受託者決定後、委託者と協議し決定する。

(1) 海外 OTA を活用したプロモーション

本県の海外宿泊者増のため、海外 OTA を活用したプロモーションを実施すること。

ア 宿泊者増に向けた効果的なターゲット国、プロモーション期間、プロモーション費用、及びプロモーションに使用する本県の観光素材等を、海外市場を分析した上で設定すること。

なお、ターゲットについては直近で宿泊者増の可能性が高い国のみではなく、今後の誘客機会を見据えて宿泊者増が見込まれるエリアも含めて複数勘案し、設定すること。

※参考

新観光戦略をベースにしたターゲット国候補

（最重点：台湾、香港、シンガポール

重点：韓国、米国、豪州、フランス、ドイツ

検討：英国、タイ、ベトナム

また、活用する海外 OTA 事業者については、上記を踏まえて、最適である事業者を提案すること。事業者は複数も可。

プロモーション期間を通じて、広告内容、配信対象、配信方法、LP への誘導の状況等を分析しながら、委託者と協議の上で、ターゲットの変更、絞り込み等継続的に改善を図ること。

イ アで設定した内容に基づき、海外 OTA サイト内に掲載する WEB ページ（予約へと繋がるページ及び誘客のきっかけとなる記事ページ）や広告バナー等、必要なフック及び広告記事等を制作すること。

ウ 制作する広報記事、クリエイティブは、大阪・関西万博を見据え、ひょうごフィールドパビリオン等、時節を捉えた兵庫の魅力を効果的に伝えること。

エ アで設定したターゲットに対し、活用する海外 OTA が有する SNS やその他機能を利用し、海外 OTA サイト内に掲載する WEB ページ（予約へと繋がるページ及び誘客のきっかけとなる記事ページなど）に誘導すること。

オ プロモーション媒体は海外 OTA のみではなく、ターゲット国ごとに効果的と思われるメディアを活用し、OTA へと誘導するプロモーションも実施すること。

カ 県内宿泊につながる効果的なインセンティブ施策があれば提案すること。

(2) 県内宿泊事業者との機運醸成の機会創出（受入環境の整備）

インバウンドに選ばれる兵庫となるために、県内宿泊事業者と一体になって、受入環境の充実と気運の醸成を図ること。

ア 県内宿泊事業者に向けた説明会等の実施

※(ア)～(ウ)は必須、(エ)は任意

(ア) 海外 OTA の登録促進及びインバウンドに選ばれるための工夫や手法等についての説明会を実施すること。

(イ) (1) のプロモーションにおける戦略やテーマ等も説明することとし、宿泊施設と連携して事業を推進できるような構成とすること。

(ウ) 説明会参加者へアンケートを実施し、事業に反映させること。

(エ) その他、本県のインバウンド誘客について機運醸成となる取組を実施すること。

イ 説明会等の実施に関する留意事項

下記項目については、事前に委託者と協議の上、決定すること。

(ア) 参加事業者数等、説明会等の実施に係る目標

(イ) 現地・オンライン等の開催手法やスケジュール

※開催手法やスケジュール等については受託者の提案をもって検討することとする。

(ウ) アンケート内容

※説明会等を複数回実施する場合は、開催ごとに参加者からアンケートを回収すること。

(3) 旅ナカ、旅アトの情報拡散

2025 年の大阪・関西万博を見据え、兵庫がよりインバウンドに選ばれる地域となるよう、兵庫を訪れた外国人観光客や兵庫に住む外国人等による情報拡散の実施など、旅ナカや旅アトの旅行者目線でのプロモーション機会を創出すること。

(4) データ分析及び検証

本事業で実施するオンライン媒体（海外 OTA 及びオンラインプロモーションで活用した媒体）及び委託者のオウンドメディアのデータや、一般に公開されている市場データ等を分析し、本事業の効果を測定すること。

分析・検証結果は視覚的に分かりやすい形で整理し、今後のインバウンド施策への活用を想定した検証結果の報告書を作成し、説明をすること。

海外 OTA サイトから十分な情報の提供が得られない場合は、分析ツールの導入や県内宿泊施設へのアンケートの実施などにより、下記データに類似するデータを取得し検証すること。

ア 委託者へ提供するデータ

可能な限り類似データの取得に努めることとし、また、提供データは県内総数のみでなく、兵庫五国（摂津・播磨・但馬・丹波・淡路）の地区ごと、及び主要温泉地ごとのデータも提供するよう努めること。

(ア) 海外 OTA サイトに関するデータ

- ・ユーザー属性（国、年齢、性別 等）
 - ・販売金額
 - ・予約数
 - ・延べ宿泊人泊
 - ・延べ部屋泊数
 - ・客単価平均
 - ・グループサイズ平均
 - ・登録施設数
 - ・制作ページの PV 数及びセッション数 等
- (イ) 海外 OTA サイト内に掲載する WEB ページ
 Google アナリティクスの分析項目を基本とするが、委託者と協議の上、分析項目の追加等に柔軟に対応すること。
 時間、サイト間、ページ間、言語別など比較（相関）分析を基本とすること。
- (ウ) 海外 OTA へと誘導するプロモーションに関するデータ
- ・ユーザー属性（国、年齢、性別 等）
 - ・検索ワード
 - ・表示回数
 - ・クリック数 等

6 実施体制

- (1) 受託者は、本事業を円滑に遂行するために、全体の責任を負う業務統括責任者を置き、業務全般の進行管理や調整機能を担うこと。
- (2) 設置にあたり、デジタルを活用した海外でのマーケティング・プロモーションに関する知見・経験を有する者など、必要かつ十分な人員を確保したうえで、業務内容・量の変動に応じた適正な人員配置を行い、効果的かつ効率的な運営が可能な体制を構築すること。
- (3) 複数の者がグループを構成して共同実施する場合は、その体制も示すこと。
- (4) 本業務の全部又は主体的部分（総合的な企画及び判断並びに業務遂行管理部分）を一括して第三者に委任し、又は請け負わせること（以下、「再委託」という。）はできない。また、本業務の一部を再委託してはならないが、あらかじめ再委託の相手方の住所、氏名及び再委託を行う業務の範囲等を記載した再委託の必要性がわかる書面を委託者に提出し、委託者の承認を得た場合は、承認した範囲の業務を第三者（以下、「承認を得た第三者」という。）に再委託することができる。なお、再委託をする場合は、再委託した業務に伴う承認を得た第三者の行為について、受注者は委託者に対し、すべての責任を負うものとする。

7 予算配分

業務の実施において、5（4）データ分析及び検証 の経費は委託費の1割以上を確保すること。

8 委託に係る留意事項

(1) 法令を遵守して処理を行うこと。

ア 受託者は、本業務実施に関する総勘定元帳、現金出納簿等の会計関係帳簿類及び証拠書類を整備し、業務終了後5年間は保管しなければならない。

イ 本事業は、委託者の監査対象となる。

(2) 対象外経費

ア 飲食費(食事・茶菓代等)、受託者の経常的な運営にかかる経費、備品、委託事業に関係があると認められない経費等。備品のリースは可、購入不可とする。

イ 委託費の支払いは、原則として精算払い。ただし、受託者からの請求に基づき委託者が必要と認めるときはこの限りでない。

(3) 定例ミーティング等

ア 毎月1回以上ミーティングを行うこと。

イ ミーティング会場は、原則、ひょうご観光本部執務室とするが、ひょうご観光本部での開催が難しい場合は、オンライン上での開催も可とする。

ウ 1回あたりの時間は、2時間程度とすること。なお、内容に応じて、時間を調整することも可とする。

エ ミーティングの運営に必要な資料・資材・環境設定等は受託者が用意すること。

9 著作権・肖像権

受託事業者は、委託者が提供する画像等を除き、成果物が他社の所有権や著作権を侵害しないことを保証し、制作に関して著作権の許諾など必要な手続きを行うこと。また、使用する写真の被写体が人物の場合、肖像権の侵害がないように留意すること。

本事業の成果物(HP等の媒体に使用するために撮影した画像を含む)に係る権利は、事業実施者が従前権利を有していたものを除き、原則委託者に帰属するものとし、委託者は本業務の成果品を期間の制限なく無償で、自ら使用するために必要な範囲内において、あらゆる媒体、手段・方法により公開・放送等に随時利用するとともに、編集・改変を行うことができるものとする。

出演者を起用する場合は、肖像権等の問題が発生しないものとし、権利処理や、出演料の支払い等の手続は受託者にて行うこと。

なお、これらの権利について、第三者と紛争等が生じた場合は、受託者がその責任において対処すること。

ただし、委託者より支給される資料や写真等についてはこの限りではない。

10 機密の保持

受託者は本業務を通じて知り得た情報を契約以外の目的に利用し、第三者に提供してはならない。また、本業務に関して知り得た情報の漏洩、滅失、毀損の防止、その他適正な管理のために必要な措置を講じなければならない。契約終了後もまた同様とする。

1 1 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、兵庫県個人情報保護条例を遵守しなければならない。

1 2 委託契約の締結

- (1) 契約に関する事務は委託者で行う。
- (2) 委託者は、選定された事業を提案した事業者等と提案事業の実施方法等について協議・調整を行う。この際、双方で確認の上、提案内容に修正・変更を加える場合がある。
- (3) 契約条項は、委託者において示す。
- (4) 契約の相手方となる事業者等は、契約金額が 200 万円を超える場合は、委託者に対して、委託料の 10 分の 1 の契約保証金を納めなければならない。ただし、保険会社との間に委託者を被保険者とする履行保証保険契約を締結した場合において、契約保証金の全部または一部を免除することができる。

1 3 契約の解除

- (1) 委託契約に記載の条項に違反があったとき、委託者は契約の一部又は全部を解除し、委託料の支払いをしないもしくは支払った委託料の一部又は全額の返還を求める場合がある。
- (2) 上記(1)により契約を解除した場合、委託者は損害賠償又は違約金を求める場合がある。

1 4 委託料の支払い

委託料の支払いは、事業終了後に提出される実績報告書等に基づき、委託者が検査を行い、契約書に定められた内容に適合していることなどを確認したうえで支払う。

1 5 適正な事業執行に係る留意事項

事業者等は、本事業が委託者との契約に基づく公的事业であることを十分認識し、適正な事業及び経費の執行に努めることとする。

1 6 その他

受託者は、業務の実施に関して、この仕様書に記載のない事項又は業務の実施に関して疑義が生じた場合は、委託者と協議し、その指示に従うこと。