

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 目的

ひょうご観光本部では、インバウンド誘客促進に向けた施策を展開している。

本業務は、観光地及び宿泊地としての兵庫の魅力を、海外 Online Travel Agent（以下、OTA という）とオウンドメディアを主軸としたデジタル媒体等を通じて発信することで、兵庫県の認知拡大及び宿泊者数や本県へのリピーター等の増加を目的とするものである。そのため業務履行にあたっては、戦略的かつ効果的に目的達成に向けて、市場動向や各施策効果を把握し、設定ターゲットに有効な訴求手法を用いて施策連動性の高い複合的なプロモーションを展開することが不可欠である。

については、ターゲット及び兵庫観光資源の需要特性を捉えた最適な手法を用いて本業務を実施し、インバウンド需要拡大に伴う訪日観光客の着実な取り込みを図る。

2 業務の名称

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、スケジュール

(1) 委託費 76,000 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9年3月31日

(3) 全体スケジュール

期 日	内 容
5月13日	募集開始
5月19日	参加申込締切
5月20日	質問締切
6月1日	提案書提出締切
6月上旬	審査会の実施
6月中旬～	審査結果通知、契約締結、事業開始
6月下旬～	年間スケジュール、事業指標、ターゲット、検証方式等協議 順次プロモーション開始
令和9年3月	実績報告

5 業務内容

(1) 本業務におけるプロモーション戦略（計画）の策定

ア ターゲット国・属性

訪日外国人来訪状況や見込み来訪者等の傾向分析を行い、本業務のターゲット国を設定すること。地域・属性等でより細分化できる場合は併せて提案すること。

〈参考：現在想定するターゲット国候補〉

（最重点：台湾、韓国、香港、米
重点：シンガポール、タイ
検討：仏、英、豪州

イ プロモーション手法

- (ア) 設定したターゲットに対して効果的かつ効率的なプロモーション手法を提案すること。
- (イ) 各施策間の連動性を意識し、業務目的に対する各施策効果の測定ができるようにすること。
- (ウ) 活用媒体の基本的な情報や訴求対象・効果（見込み）を具体的に示し、選定根拠を記載すること。
- (エ) 業務期間を通じて、各施策の状況等を分析しながら、委託者と協議の上で、ターゲティングの変更、絞り込み等継続的かつ効果的な改善を図ること。
- (オ) プロモーションにあたっては、委託者のオウンドメディアを十二分に活用し、オウンドメディアへの流入が増えるよう実施すること。
- (カ) 受託者には「Visit HYOGO」に係る GA4 の閲覧権限を付与することとし、事業効果を計る 1 つのツールとなりうるよう事業設計を検討すること。

※WEB サイト「Visit HYOGO」：<https://www.hyogo-tourism.jp/world/>

Instagram：https://www.instagram.com/hyogonavi_official/

ウ プロモーションスケジュール

業務開始後速やかにプロモーションを開始することを想定し、時節に応じて最も効果的な実施スケジュールを提案すること。計画にあたっては、施策ごとに分析ポイントを置き、業務期間内で PDCA サイクルを回せるよう考慮すること。

エ プロモーションコスト

ターゲット国別の予算配分に関しては、各ターゲット国への事業効果（見込み）が本県誘客に繋がるよう効果的な提案を行い、本業務の受託が決定した後に、委託者との協議により柔軟に対応すること。

(2) 海外 OTA を活用したプロモーション

海外 OTA を活用して本県への誘客プロモーションを実施すること。

ア 活用する OTA の選定

- (ア) 海外誘客に強みを持つ OTA を 2 社以上活用し、宿泊予約獲得に向けたプロモーションを展開すること。
- (イ) 活用する海外 OTA は設定ターゲット国を踏まえて選定の上、ターゲット国に最も効果的な手法を用いて宿泊予約獲得までの施策を提案すること。

イ 記事制作

- (ア) 記事コンテンツの制作は必須とし、兵庫の魅力を海外に発信する記事を 10 本以上、取材等を実施した上で制作すること。制作記事は各 OTA サイトに各ターゲット国の母国語に合わせて掲載することとする。
- (イ) 記事制作にあたっては、設定したターゲット国ごとに刺さるテーマを分析し、滞在時間を長くさせるよう工夫をするとともに、後述のオウンドメディアに掲載されている記事とのバランスも加味して提案すること。なお、本業務において制作する記事が掲載するまでのプロモーションにおいては、令和 7 年度以前に制作された「Visit HYOGO」等の掲載記事を活用することを可とする。
- (ウ) なお、当該記事コンテンツの「Visit HYOGO」へは必要な改編をした上で掲載すること。

ウ その他

必要なコンテンツ（OTA サイト内特設ページ、広告バナー、その他掲載に係るクリエイティブ等）は受託者がターゲット国の特性を分析した上で提案・制作すること。なお、制作にあたってはその提案に基づき、委託者と協議の上、最終決定するものとする。

(3) WEB・SNS を活用したプロモーション

設定したターゲット国ごとに効果的な WEB・SNS 媒体（YouTube 等の動画広告等を含む）を選定し、海外 OTA プロモーションと並行して実施すること。

ア 設定したターゲット国ごとに効果的なクリエイティブ、媒体を用いて費用対効果の高い広告配信を行うこと。

イ 広告に必要なクリエイティブ（動画・グラフィック・コピーライティング等）は受託者にてターゲット国の特性を分析した上で制作すること。クリエイティブに用いるビジュアル等はターゲット国に応じて効果的な選定を行い、使用素材においては、委託者が所有する動画及び画像を使用及び編集することも可能とするが、その際は、委託者との協議の上で、編集等の作業を実施すること。

ウ 広告媒体ごとに獲得が見込まれる数値（インプレッション数やクリック率等）は事前にシミュレーションを実施し、提案すること。

(4) UGC を活用したプロモーション

本県観光の認知向上および来訪促進を図るため、一般消費者のリアルなクチコミや写真、動画等を UGC として収集、活用した効果的なプロモーションを企画提案し、実施すること。

※UGC (User Generated Content : ユーザー生成コンテンツ) : 一般ユーザーが自発的に作成・投稿したコンテンツの総称。

- ア 委託者のオウンドメディアと連携させ、サイト流入数が増えるような施策を検討すること。
- イ 収集した UGC の整理、選定および著作権保有者への利用許諾（必要に応じて）は受託者にて行うこと。

(5) オウンドサイトへの掲載記事制作と SNS による発信

サイトへの流入者を増やすとともに、エンゲージメント率の向上、サイトの回遊性を高めるため、上記 5 (1) ~ (4) の施策効果を分析した上で、ターゲット国ごとの関心に合わせ、兵庫の魅力を効果的に届ける記事を提案し、制作すること。

また、GA4 などにより分析を行い、適宜、提案の上、記事の内容やボリュームなどを変更しサイトへの誘客増加を図ること。

制作言語は、英語に加え、繁体語または韓国語とする。ただし、委託者のほうで公開前の原稿確認は行うため、日本語原稿は用意すること。

ア Feature 記事の制作

県内観光地、名所等の事業者などにヒアリングして執筆する特集記事を制作すること。

(ア) 年間 3 本以上の特集記事を制作し、原則令和 8 年 12 月末までに全ての記事を公開すること。

これまでの記事のテイストやサイトの雰囲気を変えないよう留意しつつ制作すること。またテーマやエリアは委託者と協議の上で業務開始時にスケジュールを組むこと。

(イ) 記事制作にあたり受託者に求める条件は下記のとおりとする。

- a 訪日外国人観光客向け WEB 記事制作経験があること
- b 兵庫県内の観光に関心があり、知見があること

イ Review 記事の制作

インフルエンサーや KOL が県内観光地、名所等を訪問し、その魅力について自身の目線で紹介するマーケットイン型の記事を制作すること。

(ア) 年間 12 本以上の Review 記事を制作し、原則令和 8 年 12 月末までに全ての記事を公開すること。

(イ) 記事制作にあたりインフルエンサーに求める条件は下記のとおりとする。

- a 日本語以外の言語を母国語とし、上記 5 (1) アのターゲット国候補に記した各国の訪日関心層から支持を得ていること。
- b Instagram においてフォロワーを 10 万人以上獲得しており、兵庫県内の観光に関心や知見があること。
- c 上記 b を担保した上で、観光に特化したテーマ（グルメ、お

宿、絶景 等)を専門的に発信していること。

(ウ) インフルエンサー自身の Instagram にて、オウンドサイトの周知を図ること。Review 記事と連動した県内観光地、名所等を紹介する Instagram 向け写真・動画コンテンツを作成し、サイトの認知向上のための周知を行う。投稿の回数は下記のとおりとする。なお投稿日時についてはサイトへのアクセス流入効果が高いと思われる日時案を委託者に提示すること。Instagram の投稿は原則令和 9 年 1 月末までに完了させること。

a リール投稿 記事ごとに 1 回

b ストーリー投稿 記事ごとに 1 回

(エ) 記事制作にあたり、KOL に求める条件は下記のとおりとする。なお、c 以外はそのいずれかに該当していればよいものとする。

a 訪日外国人観光客向け WEB ライター経験が 5 年以上あること

b KOL が県内のグルメや観光、アクティビティ等を体験し、その様子を記事化することで、消費者の信頼性醸成、誘客喚起に繋がること

c 兵庫県内の観光に関心があり、知見があること

ウ サイトのカスタマージャーニー分析

公開された記事ごとに訪問者の属性および関心度を分析し、ユーザー理解の深化およびコンテンツ改善のための示唆をレポートすること。なお、それぞれのレポートは公開された月の翌月末からレポートとして提出すること。

(ア) 訪問者属性分析

ユーザーの性別・年代・地域・デバイス・流入チャネル等をレポートしていること。

(イ) 記事に対するエンゲージメント(関心度)分析

ユーザーのページビュー数・平均滞在時間・平均読了(スクロール)率・直帰率・クリック率(内部リンク・CTA)・再訪率(リピーターの割合)をレポートしたうえで、これらの指標を総合的に評価し、記事ごとの関心度を定量的、定性的に分析すること。

(6) その他施策(自由提案)

上記以外で本業務の目的達成に向けて効果が見込めるプロモーション施策を、効果が見込めると考える理由を説明した上で提案すること。

(7) データ分析及び検証

本業務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、データ分析の専門的な知見を

有する者によって、本業務の効果を測定すること。あわせて将来、当本部の施策検討に資するものとなるよう、必要なデータ収集・分析を行うこと。

データが不足する部分においては、必要な調査を実施して効果測定の精度を高めること。

なお、宿泊施設向け調査は必須とし、調査の内容や時期については専門的な知見をもって提案することとする。

また、宿泊施設向け調査については、宿泊施設の業務に差し支えが無いよう最大限考慮して実施することとする。

(8) 目標設定

上記(1)～(6)の各施策ごとに目標値を設定し、目標値達成に向けて、効果的かつ効率的に業務を遂行すること。なお、目標値は事業者決定後に委託者と協議の上、最終決定することとする。

6 実施体制

- (1) 受託者は、本業務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・経験を有する者やデータ分析の専門家など、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し、その体制図も提案すること。
- (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 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 本業務は、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、購入は

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2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。

オ ミーティング開催にあたり、関係者の日程調整、当日の進行、議事録作成等を受託者にて行うこと。

8 成果物の提出等

(1) 成果物

受託者は本業務が終了したとき、「実績報告書」を作成し、紙媒体及び電子データを各1部提出すること。納品方法は委託者が確認できるものであれば指定しない。

(2) 納品期限

令和9年3月31日(火) 17時00分

(3) 納品場所

公益社団法人ひょうご観光本部

神戸市中央区下山手通5丁目10-1 兵庫県庁1号館7階

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。

本業務の成果物(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。

1 0 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、審査結果通知後 7 日以内に委託料の 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、または過去 2 年間に法人・国等と契約を締結・履行したことを記載した誓約書を提出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、本業務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。