

海外OTA等を活用したインバウンド誘客プロモーション事業 (香港市場向け) 業務委託仕様書

1 業務の名称

海外OTA等を活用したインバウンド誘客プロモーション事業 (香港市場向け)

2 業務の目的

訪日旅行の形態が個人旅行に大きくシフトし、BtoC向けの情報発信やOTA (Online Travel Agent) サイトと連携したプロモーション等を通じて誘客につなげていく取組の重要性が増している。本事業では、香港市場において、海外の個人旅行者層 (以下「FIT層」という。) が訪日旅行の予約・検討に利用するOTA等を活用したデジタルプロモーションを実施し、本県の認知度・魅力度を高めるとともに、FIT層を中心としたインバウンド誘客の拡大を図ることを目的とする。

3 委託期間

契約締結の日から令和9年2月28日 (日) まで

4 委託業務の内容

(1) 本事業におけるプロモーション計画の策定

- ① 香港市場に対して効果的かつ効率的なプロモーションを計画すること。
- ② 各施策間の連動性を意識し、事業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。
- ③ 各施策の状況等を分析しながら、委託者と協議の上で、状況に応じて継続的に改善を図ること。
- ④ プロモーションスケジュール
事業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。

(2) 海外OTAを活用したプロモーション

- ① 海外誘客に強みを持つOTA 1社以上で、宮崎県内の観光コンテンツのプロモーションを実施すること。
- ② OTAサイトに関しては、次の条件を全て満たすこと。
 - ア 香港市場の中で多くの訪日旅行者が利用していること。
 - イ 香港の言語に対応していること。
 - ウ プロモーションの実施効果を測る上で必要なデータが収集可能なこと。
- ③ OTAサイト内に本県の観光コンテンツ等を掲載するランディングページを制作し、掲載すること。なお、制作したランディングページについては、広告配信を通さずに検索により閲覧が可能 ((3)の広告配信期間以外も同様) とし、以下に例示する内容を盛り込むこと。
 - ア 宮崎県の位置
 - イ 宮崎県までのアクセス方法
 - ウ 本県の主要な観光素材の紹介
 - エ 当該OTAサイトに掲載されている本県を出発地・目的地としたコンテンツへのリンク

オ その他、本県の魅力発信や各コンテンツへの誘導に有益と認められる情報

(3) デジタル媒体を活用したプロモーション

- ① 効果的な デジタル媒体（例：SNS、アプリ、動画サイト等）を選定し、(2)と並行して実施すること。
- ② 設定ターゲットに効果的なクリエイティブ・媒体を用いて配信を行うこと。
- ③ 配信に併せて、(2)におけるランディングページ等への流入を促進するための取組を行うこと。
- ④ 他県経由からの誘客につなげるため、モデルコースの設定や発信内容を工夫すること。
- ⑤ 実施にあたっては、効果的なターゲットの絞り込みや予算配分、配信時期（配信、予約への誘導、旅行出発までのリードタイム考慮すること）等を内容とする配信計画を作成し、発注者と協議すること。

(4) KPIの設定・結果分析

本事業の効果を把握できるKPI（閲覧数・視聴数・予約数等）を適切に設定し、プロモーション結果の分析を行うこと。KPIの設定にあたっては、指標の妥当性を確認できる根拠を示すこと。目標数値を達成した後も、予算の限り事業効果の最大化を目指して事業を継続すること。また、本事業を総括し、次年度以降本件への誘客拡大につながる効果的なデジタルプロモーション手法について提案を行うこと。

5 定期報告の実施

業務の進捗状況・結果分析等については、原則月1回、発注者に報告を行うこと。（オンライン、報告書の提出でも可）。なお、定期的な報告の他、宮崎県からの報告の求めに対応すること。

6 体制・スケジュール

- (1) 受託者は、本事業を円滑に遂行するために、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。業務担当者は、訪日旅行者及び宮崎県の観光資源に係る基礎的な知識を有する者を起用すること。
- (2) 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。
- (3) 取材先でのトラブルや計画変更など不測の事態に臨機応変に対応できること。
- (4) 上記業務を確実に遂行するためのスケジュールを組み、提示すること。

7 留意事項

- (1) 業務の実施に伴い、適用を受ける法令、規定、基準、指針等については、これを遵守し、遺漏のないようにすること。
- (2) 本事業で制作したランディングページ、プロモーション用のWEB媒体については、下記の宮崎県公式観光サイト及び公式SNSとの連携（リンク設置やリポスト等）を可能とするよう、OTAサイトやデジタル媒体の所有者・制作者と調整すること。
- (3) 取材が必要な場合には、発注者に事前協議の上、発注者において取材先との調整・撮影許可取得・行程組み等を必要な調整を行うこととし、取材にかかる費用（招聘者の旅費等）については受託者の負担とする。取材・撮影時には、事前に管理者等に対し撮影及び配信等の許可を得ること。取材時に撮影した写真・映像等に映り込んだ施設見学者や施設関係者の画像の掲載

許諾についても受託者において行うものとする。

- (4) 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に応じて選定を行い、使用素材においては、発注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。
- (5) 業務完了後に、受託者の責任に帰すべき理由による成果品の不良箇所があった場合は、受託者は速やかに必要な訂正、補足等の措置を行うものとし、これに対する経費は受託者の負担とする。また、本仕様書に定めのない事項及び調査実施にあたって疑義が生じた場合は、県と協議し、その指示に従うこと。
- (6) 本事業は、日本語での契約、日本円での支払い（精算払い）とする。

8 報告書・成果品の提出

業務完了後、報告書等を作成し、速やかに県（観光推進課）に提出すること。

- ・ 提出するもの 実施報告書 A 4 様式任意（PDFデータ）

9 著作権の取扱い

この契約により作成される成果物の著作権等の取扱いを、以下のとおり定める。

- (1) 本仕様書により作成された成果品の著作権、所有権、利用権は、宮崎県に帰属し、本県の許可なくして使用・流用してはならない。
ただし、受託者が従来から権利を有していた受託者固有の知識、技術、ブランド等に関する権利（以下、「権利留保分」）については、受託者に留保するものとし、この場合、宮崎県は、権利留保分についての当該権利を非独占的に使用できるものとする。
- (2) 権利関係の処理
 - ① 素材に含まれる第三者の著作権、肖像権その他全ての権利についての交渉、処理は受託者が行うこととし、その経費は委託料に含むものとする。納品する成果品について、第三者の著作権・肖像権その他の権利（以下「第三者の権利」という。）を侵害することがないように業務を実施するとともに、成果物が第三者の権利を侵害していた場合に生じる問題については、一切の責任を負うこととする。
 - ② 受託者が従前から所有していた素材等を使用する場合も前記のとおりとする。
 - ③ 第三者からの異議申し立て、紛争の提起については、全て受託者の責任と費用負担で対応するものとする。
 - ④ 著作権の取扱いについて、ここに記載のない事項については、発注者と受託者で協議の上、処理することとする。
- (3) 発注者の書面による事前の同意を得なければ、著作権法第 18 条及び第 19 条を行使することができないものとする。
- (4) 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。
- (5) 発注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。