

# 業 務 委 託 仕 様 書

## 1 業務の名称

OTAと連携した台湾・香港・ASEAN向けデジタルプロモーション事業

## 2 業務の目的

本県の令和5年外国人延べ宿泊者数は約11万6千人泊と、コロナ禍前の令和元年比の4割未満となっており、全国と比べてインバウンドの回復が大きく遅れている。

また、訪日旅行の形態が個人旅行に大きくシフトする中、BtoC向けの情報発信やOTA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。

このため、本事業では、本県にとって重要市場であり、現時点で宮崎空港と国際定期便が運航されていない台湾・香港・ASEANをターゲットに、現地で利用率が高いOTA (Online Travel Agent) と連携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 (Foreign Independent Tour/Traveler) 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。

国土交通省観光庁 宿泊旅行統計調査より抜粋

### ●宮崎県 外国人延べ宿泊者数（従業員数10人以上の施設）

	香港	台湾	シンガポール	タイ	マレーシア	インドネシア	ベトナム	フィリピン
令和元年	65,920	61,420	4,270	2,850	2,200	690	390	430
令和5年	11,770	8,200	4,770	2,250	890	670	1,090	720

(人泊)

## 3 委託期間

契約締結の日から令和7年3月31日（月）まで

## 4 委託業務の内容

### (1) デジタルプロモーションの企画及び実施

#### ●現地メディア等を活用したデジタルプロモーションの実施

台湾・香港・ASEANに対して発信力を持つ現地メディアやインフルエンサー、OTA等を活用したデジタルプロモーションを実施すること。発信内容は、台湾・香港・ASEANの市場特性を踏まえ、定番の観光地のみならず、本県ならではの魅力が伝わるような情報を盛り込んだ内容とすること。また、九州各県との直行便の運航や本県の二次交通等の状況を踏まえ、鹿児島・熊本・福岡空港等の隣県空港経由での誘客につながるようモデルコースの設定や情報発信を行うこと。

なお、ASEANについては、各国の市場特性や直行便の運航状況等を踏まえ、対象国を絞って提案すること。

また、予算の範囲内で最適な手法を提案することとし、下記の既存コンテンツの活用も可とする。

(参考)

●本事業における過去の取組対象国 (ASEAN 域内)

2023年 タイ、シンガポール

2022年 タイ

●過去に作成した特設ページサイト一例

- ・2022年度に本県がタイの訪日メディア「Chill Chill Japan」内に作成した特設ページ

<https://chillchilljapan.com/miyazaki-sp/>

- ・過去に本事業等で作成した Youtube 動画

<https://www.youtube.com/watch?v=EEcqBPIaKOM>

<https://www.youtube.com/watch?v=3JDC-Tc5jaQ>

●宮崎県が運営する SNS アカウント

- ・本県が運営する外国語 Facebook「Visit Miyazaki」を活用し、プロモーション効果を高める工夫を行うこと。Facebook の活用にあたっては、Facebook 運営受託事業者「インフィニティ・コミュニケーションズ(株)」と十分に連携すること。

- ・繁体字 <https://www.facebook.com/miyazakipref.hant>

- ・英語 <https://www.facebook.com/miyazakipref.eng>

- ・タイ語 <https://www.facebook.com/miyazakipref.thai>

(2) OTAを活用した誘客プロモーション

(1) のデジタルプロモーションと連携し、本県への認知・関心を宿泊施設や体験商品、交通手段等の予約につなげるため、OTAと連携し、オンライン上での予約導線を構築するとともに、誘客拡大につながる効果的なプロモーションを実施すること。

連携する OTA に関しては、次の条件を全て満たすこと。

- ・ターゲットとする台湾・香港・ASEAN の言語に対応すること。

- ・OTAサイトへの掲載施設・掲載プランを増加させるために必要な取組を実施すること。

OTAサイトによっては、「宮崎県」の検索で表示される件数が少ない状況がある。本事業のプロモーション効果を最大化するため、この件数を増加させる取組を提案し、実施すること。(これは、宿泊施設に限らず、アクティビティ等の掲載も含む。)

- ・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) 効果測定・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。また、本事業を総括し、次年度以降本県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。

(4) その他

(1) ~ (3) 以外に、本県の認知度・魅力度向上及びインバウンド誘客拡大に資する取組について、予算の範囲内で実施可能なものがあれば、自由に提案すること。

## (5) スケジュールの提示

上記の各内容について適切なスケジュールを組み、提示すること。

なお、スケジュールの作成にあたっては、本県が例年2月にプロスポーツキャンプ等でハイシーズンとなり、ホテル等の予約が困難となるため、その点に留意したプロモーション内容・スケジュールとすること。

## 5 留意事項

- (1) 各業務にかかる撮影、編集、調査、報告等の一切の経費（交通費、宿泊・車両コーディネート費、各種データ費等）は、全て事業費に含むこと。
- (2) 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。
- (3) 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。

## 6 報告書の提出

すべての事業完了後、実施報告書等を作成し、速やかに県（観光推進課）に提出すること。

・提出するもの

当事業の実施報告書 A4 様式任意

本事業で作成したデータ一式

提出部数 1部

## 7 第三者委託の禁止

受託者は、本業務を一括して第三者に委託し、又は請け負わせることはできない。ただし、本業務を効率的に行う上で、必要と思われる業務については、県の承認を得た上で、業務の一部を委託することができる。

## 8 著作権の取扱い

- (1) 本仕様書により作成された成果品の全ての著作権は、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、県と受託者で協議の上処理することとする。

## 9 その他

- (1) 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。
- (2) 事業内容の詳細については、企画競争により受託事業者が決定した後、県との協議により変更することがある。
- (3) 受託者は、契約後、本業務の実施スケジュール等を明らかにした業務計画書を作成し、県の承認を得ること。
- (4) 本業務の実施により知り得た個人情報について、漏えい等の防止その他の個人情報の適正な管理のために必要な措置を講じるとともに、本業務の目的以外に使用し、又は第三者に提供してはならない。