

「令和4年度インバウンド向け観光デジタルプロモーション推進事業」 業務委託基本仕様書

1 委託業務の名称

令和4年度インバウンド向け観光デジタルプロモーション推進事業

2 委託業務の目的

令和元年における外国人延べ宿泊者数は53万人を超え、震災前の3倍以上に上り、本県のインバウンドはこれまで順調に回復・拡大してきたが、新型コロナウイルスの世界的な感染拡大により、各国との往来が制限されたことで、令和2年における外国人延べ宿泊者数は約12万2千人、令和3年は約3万8千人に留まり、大幅に減少している状況が続いている。

また、新型コロナウイルスの影響による外出自粛等の影響を受けて観光需要は大きく減少し、県内の宿泊事業者、旅行業者をはじめ、地域の交通事業者や飲食業者、物品販売業者といった多くの観光事業者には甚大な影響が生じている。

しかし、感染症収束後の中長期的スパンにおいて、インバウンド誘客に大きな可能性があることは今後も同様である。日本では、緩和されつつあるものの出入国制限が続いているが、欧州等の一部の国においては、既に入出国制限が撤廃されており、海外旅行再開に向けた動きが活発に見られていることから、今後訪れる訪日旅行再開に向けて、引き続き、インバウンド向けのプロモーション及び受入環境整備を行うことが必要である。

本事業においては、インバウンドの情報収集源において、SNSやブログなどの割合が高くなっており、旅行手配においても、ウェブサイトからの申し込みが7割を超えるなど、観光業界において、デジタルの利用が一般化していることから、デジタルを活用して効果的・効率的なプロモーションを行うとともに、効果検証を実施し、今後のインバウンド施策の展開に繋げるものである。

3 委託期間

契約締結の日から令和5年3月31日（金）まで

4 委託業務の内容

(1) 宮城県インバウンド用WEBサイト「VISIT MIYAGI」の運用・管理

イ 以下のとおり多言語展開している宮城県インバウンド向けWEBサイト「VISIT MIYAGI」（以下「VM」という。）の運営・管理を行うこと。

(イ) 英語 <https://visitmiyagi.com/>

(ロ) 繁体字 <https://tw.visitmiyagi.com/>

(ハ) 簡体字 <https://zh.visitmiyagi.com/>

(ニ) 韓国語 <https://kr.visitmiyagi.com/>

(ホ) タイ語 <https://th.visitmiyagi.com/>

ロ VMの最適化

宮城県への誘客に係る市場ごとの状況やニーズを整理した上で、ユーザー目線で最も使いやすいインバウンド向けWEBサイトとなるよう、WEBサイト最適化に取り組むこと。

ハ SEO対策

検索エンジンのSEO（検索エンジン最適化：インターネット検索結果において高い順位に表示）対策を実施すること。

ニ 掲載済みの記事の更新

イベント情報など掲載済みの記事について、発注者と協議をしながら、必要に応じて掲載情報の更新等を実施すること。

ホ 新規記事の追加

(イ) 各言語の掲載記事数のバランスを踏まえて、英語以外の言語について、それぞれ30件以上の新たな記事を追加すること。なお、ネイティブライターにより既存記事を翻訳し、新規記事を追加することを妨げるものではない。

(ロ) 新規記事の追加にあたっては、既存記事の地域バランスやテーマバランスに加え、各市場のニーズの特色を踏まえて追加するべき記事をその理由とともに提案すること。

ヘ モデルコースの追加掲載

(イ) 各言語の掲載モデルコース数のバランスを踏まえて、新たにモデルコースを追加すること。なお、昨年度事業において別途モデルコースを制作しているため、過年度事業制作のモデルコースを参考にしながら、発注者と協議をした上でモデルコースの追加掲載を行うこと。

(ロ) 追加するモデルコースについて、二次交通を含めて移動手段に関する情報を明記すること。

ト 定期的な編集会議の実施

定期的に発注者の指定する場所で面談による編集会議を実施すること。

チ Google Analytics 及び Google タグマネージャー管理

(イ) 本業務のPDCAサイクルの確立やオーディエンスリストの蓄積のため、各種計測タグ等、業務にかかわるタグを設定すること。

(ロ) 業務の目的を定義するため、発注者及び管理運営受託者と協議の上、WEBサイトの目標をGoogle Analyticsで測定できる指標で設定すること。

リ その他

(イ) システム環境の概要、運用・保守体制及びセキュリティ対策等を実施するこ

と。なお、不具合が生じた場合を想定し、受注者の連絡体制を構築し、速やかにトラブルの原因を解消すること。

- (ロ) 必要に応じて、東北観光推進機構が構築するDMP（以下「東観推DMP」という。）との連携に関する調整及びデータ提供等を実施すること。
- (ハ) 最適化や記事更新等の各業務を実施する言語については、発注者と随時協議して、決定すること。
- (ニ) VMへの記事掲載基準について、発注者と協議をしながら、必要に応じて、改訂を実施すること。
- (ホ) その他、VMの運用・管理に必要な業務を行うこと。

(2) デジタルを活用したプロモーション

イ ターゲットとなる国・地域

- (イ) アジア市場：台湾，中国，香港，韓国及びタイとする。
- (ロ) 欧米等市場：主に米国とする。
- (ハ) 上記のうち、台湾市場を最重点市場とする。なお、上記以外の国・地域をターゲットとすることを妨げるものではないが、その場合、ターゲットとした理由を明記すること。

ロ 本事業で目指すべき姿

日本政府観光局（JNTO）が示す訪日旅行のファネル（A非認知，B認知，C興味・関心，D比較・検討，E予約・購入）のうち、A非認知からB認知へと促すための「① 旅先としての宮城県の認知率向上」、B認知からC興味・関心へと促すための「② 旅先としての宮城県の興味・関心度向上」、C興味・関心からD比較・検討へ促すための「③ 旅先としての宮城県の想起率向上」の3つを目標として目指すこととする。

ハ 市場別のターゲティング

- (イ) 過年度事業や東北観光推進機構が運営する東北観光DMP等より各市場別のメインターゲット，訴求テーマは以下のとおりとし，優先的に予算を配分すること。
 - ① 台湾
メインターゲット：A_40代女性，B_30代女性，C_50代女性，D_30代男性，E_40代男性
訴求テーマ：A_健康・食拘り，B_自然，C_Sports Outdoor，D_体験，E_グルメ
 - ② 中国
メインターゲット：A_20代女性，B_30代男性，C_30代女性，D_40代男性，E_20代男性
訴求テーマ：A_体験，B_アート・文化，C_文化・歴史，D_自然，E_グルメ
 - ③ 香港
メインターゲット：A_50代女性，B_30代男性，C_40代男性，D_50代男性，E_60代男女
訴求テーマ：A_アート・文化，B_文化・歴史，C_学び旅，D_体験，E_温泉

④ 韓国

メインターゲット：A_20代男性, B_30代男性, C_40代男性, D_70代以上男性, E_50代男性

訴求テーマ：A_お土産, B_Sports Outdoor, C_グルメ, D_アート・文化, E_文化・歴史

⑤ タイ

メインターゲット：A_30代女性, B_30代男性, C_40代女性, D_20代女性, E_20代男性

訴求テーマ：A_アート・文化, B_文化・歴史, C_体験, D_自然, E_Sports Outdoor

⑥ 米国

メインターゲット：A_20代男性, B_30代男性, C_40代男性, D_20代女性, E_30代女性

訴求テーマ：A_温泉, B_アート・文化, C_文化・歴史, D_体験, E_自然

- (ロ) 上記以外のターゲティングを行うことを妨げるものではないが、その場合は、メインターゲットや訴求テーマ等を明記し、その根拠を示すこと。

ニ メディアプラン

- (イ) 上記市場別のターゲティング等を踏まえて、各市場に効果的・効率的にターゲット層に訴求できるデジタルを活用した広告配信の媒体（バナー広告、動画広告、旅行メディアなど）を組み合わせたメディアプランを提案すること。
- (ロ) メディアプランの提案にあたっては、どういった広告媒体であるか基本的な情報やターゲティングの内容、事業効果（見込み）を具体的に示し、選定根拠を記載すること。
- (ハ) 広告誘引先のランディングページ（以下「LP」という。）はVM上に設定することとし、必要に応じて、新たにLPを制作すること。なお、既存のページをLPに設定することを妨げるものではない。
- (ニ) 市場別の予算配分に関しては、これまでの訪日実績等を踏まえつつ、その理由とともに提案すること。
- (ホ) 配信期間を通じて、広告内容、利用媒体、配信対象、配信方法、LPへの誘導状況等を分析しながら、発注者と協議しながらターゲティングの変更、絞り込み等継続的に改善を図ること。
- (ヘ) 必要に応じて、発注者が過年度事業等で蓄積した各種リマーケティングリストを活用すること。なお、当該リストのデータについては、契約後に提供するものとするが、当該リストの編集等が必要となる場合は本事業費に含めること。

ホ 広告クリエイティブ

- (イ) 本事業で実施する広告配信において、各市場のターゲティングを踏まえて、最適なクリエイティブ等を制作すること。なお、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。
- (ロ) クリエイティブに使用する観光コンテンツ等について、各市場の訴求テーマに沿った相応しいものをその理由とともに提案すること。

(ハ) 発注者が所有する動画及び画像を使用及び編集する場合は、発注者との協議の上で、編集等の作業を実施すること。

ヘ 旅行博など現地イベントと連動したデジタルプロモーション

(イ) 特に台湾市場に関しては、デジタルプロモーションの効果測定に旅行博等の現地イベントを活用するなど、オンライン（デジタル）とオフラインを組み合わせたプロモーションを実施すること。

(ロ) 効果測定はアンケートによるものとし、例えば、事前に宮城県の広告に触れたかどうかや宮城県への興味関心度などを聞き取ることで、ターゲット層に効果的にアプローチできているか分析すること。

(ハ) 旅行博など現地イベントと連動したデジタルプロモーションを実施するにあたり、適切な現地イベントを提案すること。なお、現時点で宮城県として、①大台南旅行博、②東北感謝祭への出展を予定しており、これらのイベント等と事業間連携することを妨げるものではない。

ト その他、デジタルを活用したプロモーションに必要な業務を行うこと。

(3) 事業間連携

イ 宮城県の別事業「令和4年度誘客促進情報発信事業」（以下「SNS事業」という。）において、以下のとおり SNS を活用した情報発信を実施しており、SNS に配信する記事に VM へのリンクを記載するなど、VM への流入を促しているため、SNS 事業による VM への流入に係る分析を行うなど、積極的に事業間連携を図ること。なお、SNS 事業の受託事業者との調整が必要な場合は、本事業の受託が決定した後に行うこと。

(イ) 中国向け抖音(ドウイン)「仙台人的大連游记」：中国語（簡体字）

(抖(ドウ)音(イン)号：43103569912)

(ロ) 香港向け Facebook「宮城攻略」：中国語（広東語繁体字）

(<https://m.facebook.com/discovermiyagi/>)

(ハ) 台湾向け Facebook「日本東北宮城旅遊導覽」：中国語（台湾語繁体字）

(<https://m.facebook.com/miyagi.japan.zh/>)

(ニ) 台湾向け Instagram「日本東北宮城旅遊導覽」：中国語（台湾語繁体字）

(https://www.instagram.com/tohoku_miyagi/)

(ホ) 韓国向け Facebook「미야기현서울사무소」：韓国語

(<https://www.facebook.com/miyagiseoul2016/>)

(ハ) 欧米豪向け Facebook「Visit Miyagi」：英語

(<https://www.facebook.com/visitmiyagi/>)

ロ 5 (2) へに記載している旅行博など現地イベントと連動したデジタルプロモーションを実施するにあたって、必要に応じて、宮城県が台湾に設置しているサポー

トデスクと連携を図りながら行うこと。なお、サポートデスクとの調整については、本事業の受託が決定した後に行うこと。

(4) 効果検証及び分析

- イ 本事業の効果検証及び分析を行うにあたり、適切に事業効果を把握できる指標（KPI）を設定すること。また、その設定根拠を示すこと。
- ロ 本事業の効果検証及び分析については、日本政府観光局（JNTO）が示す訪日旅行のファネル（A 非認知, B 認知, C 興味・関心, D 比較・検討, E 予約・購入）の視点で実施することとし、業務の効果・実績について把握方法を含めて明確にすること。
- ハ 効果検証及び分析は、広告側、LP 側の両面から行うこととし、各市場において設定したターゲティングの適切さに言及すること。
- ニ 本事業を総括し、今後のインバウンド戦略の提案を行うこと。
- ホ その他、効果検証及び分析に必要な業務を行うこと。

(5) その他留意事項

- イ 本事業の基本コンセプト、業務の進め方、スケジュール、業務の実施体制（担当業務ごとの予定人数など詳細を記載すること）を示すこと。また、本事業の実施に当たり、十分な経験を有する者を統括責任者として定めること。
- ロ 多言語での記事制作や情報発信にあたっては、観光分野に精通したネイティブライターによる執筆することとし、ネイティブチェック及び校正等の原稿作成の体制を明確にし、誤字・脱字をなくすとともに、単なる逐語訳でなく現地で違和感のない内容で発信できる体制を構築すること。
- ハ 本事業において、デジタルプロモーションを実施する際には、次の事項について留意すること。

(イ) 欧州経済領域（EEA）域内から域外へ個人データの移転を行う場合は、必要に応じて、EU 一般データ保護規則（GDPR : General Data Protection Regulation）コンプライアンスへの対応を受注者において検討の上、対策を行うこと。

(ロ) 適正なデジタルプロモーションの実施

- ① 広告価値毀損「アドフラウド」、 「ブランドセーフティ」及び「ビューアビリティ」等について、発注者の信用失墜やブランド毀損となる広告掲載は行わない等、可能な限り発注者への透明性を確保の上、確実な対策を実施すること。
- ② 広告からの計測を行うため、広告のリンク先 URL にパラメータ等を設定してリマーケティングリストを蓄積すること。

(ハ) Facebook 広告を利用する場合

- ① Facebook 広告を展開する場合は、発注者に対してアナリスト権限を付与すること。

- ② サイト訪問者に対する Facebook リターゲティング設定を行うこと。
 - ③ Facebook が提供する無料調査が利用できる場合は、発注者と調査項目等を協議の上で、必要に応じて調査を行うこと。
- (ニ) Google 広告を利用する場合
- ① Google 広告を運用する場合は、受託者の広告アカウントと Google Analytics を連携すること。
 - ② 効果的と考えられるリマーケティングタグ、リマーケティングリストを設定し、共有すること。
 - ③ Google が提供する無料調査が利用できる場合は、発注者と調査項目等を協議の上で、必要に応じて調査を行うこと。
- (ホ) YouTube 広告を利用する場合
- ① 動画視聴者のアクセス情報を蓄積すること。
 - ② 動画視聴に関するデータや効果的な広告手法を利用するために、YouTube チャンネルと受託者の Google 広告アカウントをリンクさせること。
- (ハ) Facebook 又は Google 広告以外のその他広告媒体を利用する場合においても原則として同様の対応を行うこと。
- (ト) 各種アカウント作成及び設定時には、内容について発注者の承認を得ること。また、当該アカウントについては事業完了後に一切の権利を発注者に譲渡すること。

ニ 本事業は、デジタルを活用したプロモーションにより、事業効果を測定し、今後のインバウンド施策の PDCA の適切な運用を図るものであるから、効果測定が実施できないような事業提案は行わないこと。

ホ ①広告に活用するクリエイティブの制作費、②デジタル広告配信等の情報発信費、③効果測定費の予算配分に関して、概ね、3対6対1の配分で実施すること。

へ 本事業は、新型コロナウイルス感染症による出入国制限の状況の変化等を踏まえ、必要に応じて発注者と協議の上で実施すること。

5 事業報告

事業終了後には速やかに次の提出物を作成し、提出すること。

(1) 提出物

下記提出物の電子データについては、1枚の CD-ROM または DVD-ROM (以下「電子媒体」という。)に集約して格納しても構わない。

- イ 業務完了報告書 (指定様式) 紙媒体1部及び電子媒体1枚
- ロ 実績報告書 (任意様式) 紙媒体4部及び電子媒体1枚
- ハ その他業務確認に必要な書類 (任意様式) 紙媒体4部及び電子媒体1枚
- ニ 本業務による成果品のデータを収めた電子媒体1枚

(2) 提出場所

宮城県経済商工観光部 観光プロモーション推進室

〒980-0870 宮城県仙台市青葉区本町3-8-1

(3) 提出期限

令和5年3月31日（金）正午

6 目的物（成果品）

- (1) 本業務による成果品の一切の著作権（著作権法第27条及び第28条の権利を含む。）は、成果品の引渡しを以て全て発注者に帰属すること。なお、受注者は、発注者が認めた場合を除き、成果品に係る著作人格権を行使できないものとする。
- (2) 成果品については、第三者の知的財産権を侵害していないことを保証すること。
- (3) モデル等を使用する場合、対象者とモデルリリースを取り交わし、発注者が成果物及び映像素材について二次使用及び再編集等を行うことを無期限で自由にすることが出来るようにすること。
- (4) 建造物やアート作品が写っている映像について、権利者とプロパティリリースを取り交わし、発注者及び宮城県が成果物及び映像素材について二次使用及び再編集等を行うことを無期限で自由にすることが出来るようにすること。
- (5) 許諾関係及びプロパティリリース、権利関係の一覧表を作成し、発注者へ提出すること。一覧には調整先の担当者名や連絡先等を記載すること。
- (6) 第三者が有する知的財産権の侵害の申し立てを受けたときには、受注者の責任（解決に要する一切の費用負担を含む。）において解決すること。
- (7) 成果品については、関係機関への提供など、無期限に二次的利用が可能なるように対応すること。

7 守秘義務等

(1) 機密の保持

受注者は、委託業務を通じて知り得た情報を機密情報として扱い、契約の目的以外に利用し、又は第三者に提供してはならない。また、委託業務に関して知り得た情報の漏えい、滅失及び毀損の防止、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。

(2) 個人情報の保護

受注者は、本業務を履行する上で個人情報を取り扱う場合は、個人情報保護条例（平成8年宮城県条例第27号）を遵守しなければならない。また、各国法に準拠した個人情報保護の対応を行うこと。

8 その他

- (1) 委託業務の手續において使用する言語は日本語，通貨は日本円，単位は日本標準時及び計量法（平成4年法律第51号）によるものとする。
- (2) 本業務の実施に当たっては，実施内容を事前に協議するとともに，必要に応じて随時打合せを行うなど，発注者との緊密な連携のもと，迅速かつ効果的，効率的な遂行を心掛けること。
- (3) 本業務の実施に当たっては，発注者のインバウンド全体に資するものとなるよう，可能な限り公平かつ専門的な視点で運営すること。
- (4) 本業務の詳細については発注者と協議の上決定し，進捗状況をその都度報告するとともに，事業完了後は速やかに業務完了報告書を作成・提出すること。
- (5) 本業務の再委託は原則認めない。ただし，再委託先ごとの業務内容，再委託先の概要及びその体制と責任者を明記の上，事前に書面にて報告し，発注者が承諾した場合はこの限りでない。
- (6) 本仕様書に定めのない事項及び本仕様書に定める内容について疑義が生じた場合は，発注者と受注者が協議の上決定することとする。
- (7) 上記に関わる，明示のない事項であっても，社会通念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。
- (8) コロナの影響等により本業務が実施できない場合，受注者は発注者と協議の上，必要に応じ，業務内容の変更や規模の縮小等所要の見直しを行うものとする。