

**令和8年度インバウンド向け宮城県周遊施策企画・運営等業務
基本仕様書**

1 業務の名称

令和8年度インバウンド向け宮城県周遊施策企画・運営等業務

2 業務の目的

本県の令和7年の国籍別外国人延べ宿泊者数は約96万人泊と過去最高を記録し、その勢いは現在も継続している。

しかし、その多くが県内のうち仙台市近郊の一部のエリアへの来訪に留まっており、地方部への誘客促進が課題となっている。

本業務は、SNS等のデジタル技術を活用した県内の周遊施策を実施することで、幅広く若年層やファミリー層などFIT（Foreign Independent Tour/Traveler）をメインターゲットとするインバウンド誘客の拡大を図ることを目的とする。

3 業務の期間

契約締結日から令和9年3月31日（水）まで

4 業務の内容

本業務の内容は以下のとおりとする。なお、詳細な実施内容は受注者が発注者に対し提案し、発注者と協議の上、決定する。

ただし、やむを得ない事情により、以下の業務内容に変更の必要が生じた場合は、県と協議の上、その業務内容を変更すること。

(1) 県内周遊施策の企画・運営

イ 開催期間（予定）

令和8年8月上旬から令和9年2月中旬まで

なお受注者は、契約締結後速やかに、事前準備期間中、イベント期間中及び最終成果物の提出までの詳細な作業スケジュールを作成し、発注者に提出すること。作業スケジュールに変更が生じた際には、随時スケジュールを見直すとともに、その内容を発注者と調整すること。

ロ ターゲット層

香港、台湾、タイ等の東アジア・東南アジア市場のうち、本業務の予算規模において、来訪促進および拡散効果が最も高いと見込まれる2市場程度のFITを重点ターゲットとして受注者が選定・提案すること。また、対象属性は、ファミリー層、若年層等を中心としたインバウンド観光客とする。

ハ ビジターポイントの設定

本施策の対象となるスポット（以下「ビジターポイント」という。）を、県内の主要な観光施設や、実施期間中に開催される観光イベントから選定及び設定すること。なお、

具体的な箇所数（計20箇所程度を想定）及び選定地点については、ターゲット層の周遊動線を考慮した上で受注者が提案し、発注者と協議の上で決定するものとする。

ニ SNS投稿キャンペーンの設計及び実施

参加者が指定のSNSに以下の条件を満たして投稿することで賞品に応募できる仕組みを構築すること。なお、ターゲット市場の特性を踏まえ、参加意欲を高める独自の演出や、拡散されやすいハッシュタグ、ユーザーが参加しやすい投稿ルールを提案すること。

（イ）応募条件

県内の上記ハのうち計2箇所以上で写真等を撮影し、指定のハッシュタグを付与した上で投稿すること。

（ロ）当選確率を上昇させる施策

以下の要素等を盛り込むことにより、更なる周遊や投稿を促す工夫を企画・提案すること。

（例）・5箇所以上のスポットを巡る多頻度投稿。

・宿泊を伴う来県が確認できる投稿。

ホ 観光モデルコースの作成

（イ）圏域（仙台エリア、三陸エリア、県南エリア、県北エリアを想定）毎に上記ハで設定したビジターポイントを含む観光モデルコースを各1本以上作成すること。

（ロ）公共交通機関を利用して周遊できるコースを基本とするが、レンタカーや貸切タクシー・ハイヤー等、海外現地からの観光客のニーズに合わせた移動手段による周遊コースとすることも可とする。

（ハ）コースを作成するに当たっては、必要に応じて現地確認を行うこと。

ヘ 賞品の製作・手配及び発送

（イ）SNSへの投稿数や周遊の達成度及び上記ニ（ロ）の条件を満たした応募者の中から抽選を行い、当選者へ賞品を発送すること。

（ロ）賞品には、海外現地と仙台国際空港とを結ぶ航空機等の旅券や、魅力ある県産品等を選定することとし、ターゲット層が「投稿したい」と感じるインセンティブとして設計すること。

ト 現地ニーズの反映

企画・運営にあたっては、ターゲットとする各市場のインバウンドの動向等を調査・分析し、現地人が「行きたい」と感じるインセンティブ（賞品、ビジターポイントの魅力等）を設計に反映させること。

チ その他

（イ）実施にあたっては、他自治体で行われる周遊施策について情報収集・分析する等により魅力ある企画を設計し、その実現に向けた調整を行うこと。

（ロ）多言語表示（英語、中国語（繁体字）を必須とし、選定したターゲット市場に応じてタイ語等の要否を検討すること。）に留意すること。

（ハ）上記内容を踏まえ、実現可能性について留意した上で、独自性のある企画を提案

すること。

(2) 県内周遊施策に関する広報・情報発信

イ SNS等による情報発信

SNS等を活用した情報発信を行うこと。情報発信を行う媒体としては、本県の海外市場向け公式SNSとあわせて、自社の広報媒体のほか、可能な限り様々な媒体を活用した周知に努めること。

ロ 公式SNSアカウントの運用および広告配信

(イ) 各市場で効果的な媒体を選定し、本施策の母体となるオリジナルのSNSアカウントを開設し、適切に管理・運営すること。

(ロ) 同アカウントの運用期間は、令和8年6月上旬から令和9年3月末までとし、キャンペーン開始前の事前告知および終了後の事後情報発信を含めて効果的に実施すること。

(ハ) 同アカウントでは、本キャンペーンの告知・管理のほか、ビジターポイントや県内の観光資源について、魅力的な観光PR投稿を行うこと。なお、投稿に使用する写真等の素材については、受注者が独自に撮影を行うほか、下記ホにより招請したインフルエンサーが撮影した素材を本事業の広報目的に二次利用できるよう、被招請者との契約においてあらかじめ調整しておくこと。

(ニ) 投稿頻度は、キャンペーン開始前や連休前などの注力期間に重点を置き、期間全体で効果的なタイミングでの発信を行うこと。

(ホ) ターゲット市場における認知度およびキャンペーン参加率向上のため、現地の利用率が高い媒体を選定し、費用対効果を重視した効率的なデジタル広告運用を行うこと。

(ヘ) 本県が運営する各海外市場向け公式SNS及び海外向け観光情報サイト「VISIT MIYAGI」との連動を図ること。特にInstagramにおいては、認知拡大および信頼性向上のため、本県の海外市場向け公式SNSとの共同投稿（コラボレーション機能）の活用に努めること。

ハ 広報物の製作

海外現地での広報に使用できるフライヤーやSNS投稿用のデジタル広報物を製作することとし、その種類、部数等については発注者に提案できるものとする。なお、紙媒体については配布効率を精査し、必要最小限の提案とすること。デザインにあたっては、本県の地図をベースに視覚的な構成を行い、ビジターポイントの位置関係や周遊ルートを分かりやすく示すなど、県内各地への周遊を促すのに有効なビジュアルとすること。あわせて、製作物の発送に関する一切の業務を行うこと。なお、本業務の周知を早期に行うため、一部のデジタル広告素材や広報用ビジュアルについては、契約締結後速やかに作成し、イベント開始に先駆けて公開及び配布を開始すること。

ホ 参加促進のための取り組み

上記(1)ニを自ら体験し、投稿の手法や本県の魅力が効果的に発信でき、ターゲットとする各国市場現地で影響力及び情報発信力が期待できる人物を招請し、自身のSNS等

を活用した情報発信をすること。発信にあたっては、YouTube ショート、Instagram リール、TikTok 等のトレンドを抑えた縦型ショート動画も活用し、ユーザーの視聴維持率やおすすめ表示を意識した構成とすることで、ユーザーとの接触数の増加を目指すこと。なお、被招請者の提案に当たっては、選定理由や市場において有する影響力（媒体接触者数、SNS フォロワー数等）及び予定する発信回数等を詳細に記載すること。また、単なる観光地の紹介に留まらず、「当選確率を上昇させるコツ」など、ユーザーのキャンペーン参加を強力に促す発信内容を企画すること。なお、招請する参加者及び詳細な実施内容は、受注者が発注者に対し提案し、協議の上決定すること。

(イ) 回数

ターゲット市場毎に実施することを基本とするが、実施回数は2回（2市場）程度とし、予算の範囲内で効果を最大化できる体制を提案すること。なお、香港及び台湾市場については、優先的に検討すること。

(ロ) 実施期間

イベント開始前または開始後速やかに発信できるよう、適切な時期に実施すること。

(ハ) 参加者

各ターゲット市場の特性に応じた訴求力が期待できるインフルエンサー等を、選定した市場毎に1人程度（計2名程度）選定すること。なお、ターゲット市場に対し十分な影響力を有する者であれば、日本国内に居住するインフルエンサーの起用も可とする。

(ニ) 費用負担

参加者の招請に係る経費は本業務委託料に含むものとし、被招請者は参加中、土産の購入など被招請者個人の支出によるものを除き、経費を負担しないものとする。

(ホ) 被招請者との連絡調整に関すること。

- ・被招請者の選定に当たっては、可能な限り早期の調整を行い、キャンセルが発生する時期を明記するなど、キャンセル料等が発生しないようにすること。なお、キャンセル料が生じた場合、全て受注者が負担することとする。
- ・行程を効率的に、かつ、安全・確実に回ることができるよう、行程責任者を配置し、十分な管理を行うこと。
- ・被招請者に当該事業に係る傷害保険を手配することとし、必要な経費を計上すること。
- ・招請実施後は被招請者に適宜必要な情報提供等を行うことにより、取材内容の効果的な情報発信に向けたフォローアップを継続して行うこと。

(ヘ) 被招請者の発着地と宮城県との往復に係る交通手段の手配に関すること。

(ト) 被招請者の来県後の移動手段及び宿泊先の手配、観光施設及び昼食会場の手配等に関すること。

- ・被招請者との連絡をスムーズに行い、行程参加に必要な情報の提供を受けるな

ど、被招請者が行程に参加するための調整を行うこと。

- ・招請中、被招請者の中から新型コロナウイルス感染症等の罹患者が出た場合、係る対応費用は全て受注者が負担するものとする。

(チ) 来県後の移動手段の手配

- ・行程中（鉄道駅と宿泊先との往復を含む。）は、専用車による移動も可能とする。
- ・受注者は、移動手段の手配に係る支払を滞りなく行うこと。

(リ) 来県後の宿泊先の手配

- ・被招請者の宿泊は、1泊2食付き（飲料の提供を含む）を基本とすること。
- ・受注者は、宿泊に係る支払を滞りなく行うこと。

(ヌ) 観光施設及び昼食会場の手配

- ・受注者は、訪問先に対し事前に取材許可及び見学費の減免許可等を得ること。
- ・受注者は、観光地・観光施設の利用に係る入場料、拝観料、体験料、食事代等に係る支払を滞りなく行う。

(ル) 業務連絡員（添乗員）の確保

(ヲ) 通訳の確保

- ・被招請者の言語に応じた通訳を手配すること。
- ・配置通訳に要する食事、施設見学や体験等の費用を計上すること。
- ・受注者は、通訳に係る支払を滞りなく行うこと。

(ワ) Instagram における連携

Instagram での投稿を行う場合は、本県の海外市場向け公式アカウント（又は本事業のオリジナルアカウント）を共同投稿者として設定する「コラボレーション機能」を活用し、県公式アカウント側へのインプレッション及びフォロワーの流入を図るよう努めること。

へ 現地有力メディアやコミュニティ等を活用した情報拡散

ターゲット市場において、現地の訪日関心層が日常的に利用する有力なWEBメディア、旅行系ニュースサイト及びSNS上の旅行コミュニティ等に対し、本施策の情報を記事として掲載又は投稿されるよう働きかけること。

ト その他

- (イ) 多言語表示（英語、中国語（繁体字）及びタイ語を想定。）を行い、視認性の高いデザインを心がけること。翻訳にあたっては、各言語のネイティブが違和感なく操作できるよう精度に留意すること。
- (ロ) 上記内容を踏まえ、実現可能性について留意した上で、独自性のある企画を提案すること。
- (ハ) インフルエンサー招請の際は、受注者の行程責任者等が同行すること等により、ショート動画制作に必要な多角的なアングルでの動画素材等、SNS投稿用素材の撮影を効率的に行うこと。

(3) 県内周遊施策の運用体制

- イ 参加者が個人で所有するスマートフォン等で参加できる仕組みを構築すること。なお、既存の SNS プラットフォーム (Instagram, Facebook, LINE 等) および既存のキャンペーン支援ツール (SaaS 等) を最大限に活用するものとし、本施策のための独自の WEB サイト構築やアプリ開発等の新規システム開発は行わないこと。
- ロ 上記 (2) ニで開設する公式 SNS アカウント等において、ハッシュタグ投稿の収集、応募受付、抽選、および顧客管理を円滑に行える体制を整備すること。
- ハ 各市場のニーズを横断的に把握し、一貫性のあるブランドイメージを構築すること。
- ニ 多言語表示 (英語、中国語 (繁体字) 及び選定したターゲット市場に応じてタイ語等の要否を検討すること。) を行い、視認性の高いデザインを心がけること。翻訳にあたっては、各言語のネイティブが違和感なく操作できるよう精度に留意すること。
- ホ 当選者に対して、SNS のダイレクトメッセージ機能や、汎用的な多言語対応フォーム (Google フォーム等) を活用することにより、スムーズかつ効率的に配送先情報を収集できる体制を整えること。
- ヘ 同一の個人が複数アカウントを使用し不正に参加することのないよう、適正な措置を講ずること。
- ト システム整備後、運用開始前にシステムの概要や管理運営方法、操作手順等について発注者に説明を行うこと。
- チ システムを安定的に運用できるよう、適切に保守管理を行うこと。

(4) 効果測定・分析

本事業の実施効果を客観的に把握するため、システムから得られた参加者属性 (居住地・年代等) や各地点の訪問実績、投稿データ等を可能な範囲で集計・分析を行うこと。また、プロモーション結果の分析にあたっては、新規開設 SNS のフォロワー増加数やエンゲージメント数、招請インフルエンサーによる投稿のリーチ数、指定サイトへの流入数、指定ハッシュタグ投稿の増加数等を K P I として適切に設定し、過去の実績値やフォロワー規模等に基づく妥当な根拠とともに分析を行うこと。また、以上の分析をもとに本事業を総括し、次年度以降の本県への誘客拡大につながる効果的な周遊促進施策について提案を行うこと。

(5) 県内周遊施策事務局の運営

事務局として、SNS を通じた本周遊施策に関する問合せへの対応や当選者への連絡及び賞品の発送業務等に関する一切の管理運営業務を行うこと。

5 業務の目標

以下の指標を目安とする。

アウトプット	施策全体の総リーチ数 (インフルエンサー投稿、運用広告等)	80 万リーチ以上
	SNS アカウントのフォロワー獲得数	2,000 人程度

アウトカム	有効投稿数（参加者数）	300件以上
	上記のほか、企画提案に基づく適切な目標値を設定すること。	適宜

6 業務報告

(1) 受注者は、以下の成果物を事業終了の日から1か月が経過した日又は令和9年3月31日（火）のいずれか早い日までに提出すること。

- イ 委託業務完了報告書（指定様式）
- ロ 実績報告書（事業実施内容等の分かるもの）
- ハ 成果品のデータが格納されたCD-ROM等

(2) 提出先

〒980-8570 仙台市青葉区本町三丁目8番1号
宮城県経済商工観光部観光戦略課 海外誘客推進班
(宮城県庁行政庁舎14階)

7 契約に関する条件等

(1) 業務上の注意事項

- イ 本委託業務により得られた成果は、原則として県に帰属する。
- ロ 業務の遂行に当たっては、個人情報保護に係る法令等に準拠した手続により行うとともに、各関係者のプライバシーの保持に十分配慮しながら、業務上知り得た個人情報を紛失し、又は業務に必要な範囲を超えて他に漏らすことのないよう、万全の注意を払うものとする。
- ハ 業務の遂行に当たっては、常に公正かつ中立的な姿勢を保つことを心がけるものとする。
- ニ 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。
- ホ 成果品及び制作過程で撮影した素材画像について、発注者に対し受注者は著作人格権の行使を行わないものとする。
- ヘ 被招請者（インフルエンサー等）をモデルとして使用する場合、受注者は対象者と適切な条件でモデルリリースを取り交わすこと。使用期間は、本業務の実施期間中及び事業終了後の実績報告やアーカイブ公表（公式サイトやSNSでの過去ログ保持等）に必要な期間とする。また発注者は、上記期間内において本業務の成果物を本県が許可する第三者に対し本県の観光振興に資する目的において二次利用させることができるものとし、受注者は契約においてこの権利を含めるものとする。
- ト 受注者は、成果品のいかなる部分も、第三者の著作権やその他の知的財産権に基づく権利を侵害していないことを発注者に保証するものとする。なお、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。

(2) 機密の保持

受注者は、本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、本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。

(3) 個人情報の保護

受注者は、本業務を履行するうえで個人情報を取り扱う場合は、個人情報の保護に関する法律（平成15年法律第57号）及び別記個人情報取扱特記事項を遵守しなければならない。

8 その他

(1) 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。

(2) 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。

(3) 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、業務完了後は速やかに実施した業務の内容を記載した報告書を作成し、業務完了報告書と併せて発注者に提出すること。

(4) 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、発注者と受託者が協議の上決定することとする。

なお、仕様書に明示のない事項であっても、社会通念上当然に必要な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。

個人情報取扱特記事項

(基本的事項)

第1 受注者は、個人情報の保護の重要性を認識し、この契約に係る業務（以下単に「業務」という。）の実施に当たっては個人の権利利益を侵害することのないよう、個人情報の取扱いを適正に行わなければならない。

(秘密の保持)

第2 受注者は、業務に関して知り得た個人情報をみだりに他に知らせてはならない。業務が終了し、又はこの契約を解除された後においても、同様とする。

(個人情報管理責任者等)

第3 受注者は、業務における個人情報の取扱いに係る管理責任者（以下「個人情報管理責任者」という。）及び業務に従事する者（以下「業務従事者」という。）を定め、書面により発注者に報告しなければならない。

2 受注者は、前項の個人情報管理責任者及び業務従事者を変更する場合は、事前に書面により報告しなければならない。

3 個人情報管理責任者は、個人情報取扱特記事項（以下「特記事項」という。）に定める事項を適切に実施するよう業務従事者を監督しなければならない。

4 業務従事者は、個人情報管理責任者の指示に従い、特記事項に定める事項を遵守しなければならない。

(作業場所の特定)

第4 受注者は、個人情報を取り扱う場所（以下「作業場所」という。）を定め、あらかじめ発注者に報告しなければならない。

2 受注者は、作業場所を変更する場合は、事前に発注者に報告しなければならない。

(個人情報の持ち出しの禁止)

第5 受注者は、発注者の指示又は事前の承諾がある場合を除き、個人情報を作業場所から持ち出してはならない。

(保有の制限)

第6 受注者は、業務を行うために個人情報を取得し、又は作成するに当たっては、個人情報の保護に関する法律（平成15年法律第57号。以下「法」という。）第61条第1項に規定する法令の定める所掌事務又は業務を遂行するため必要な場合に限り、利用目的の達成に必要な範囲を超えて個人情報を保有してはならない。

(個人情報の目的外利用及び提供の禁止)

第7 受注者は、発注者の指示がある場合を除き、業務に関して知り得た個人情報をこの契約の目的以外のために利用し、又は発注者の書面による承諾なしに第三者に提供してはならない。

(漏えい、毀損及び滅失の防止等)

第8 受注者は、業務に関して知り得た個人情報の漏えい、毀損及び滅失の防止その他の個人情報の適切な管理のために必要な措置を講じなければならない。

(教育の実施)

第9 受注者は、個人情報管理責任者及び業務従事者に対して、在職中及び退職後においても当該契約による事務に関して知り得た個人情報をみだりに他人に知らせ、又は不当な目的に使用してはならないこと、及び特記事項において業務従事者が遵守すべき事項その他業務の適切な履行に必要な事項について、教育及び研修を実施しなければならない。

(資料の返還等)

第10 受注者は、業務を処理するために、発注者から引き渡された、又は受注者自らが取得し、若しくは作成した個人情報が記録された資料は、業務完了後直ちに発注者に返還し、又は引き渡すものとする。ただし、発注者が別に指示したときは当該方法によるものとする。

(個人情報の運搬)

第11 受注者は、業務を処理するため、又は業務完了後において個人情報が記録された資料等を運搬する(※必要がある)ときは、個人情報の漏えい、紛失又は滅失等を防止するため、受注者の責任において、確実な方法により運搬しなければならない。

(再委託の承諾)

第12 受注者は、業務に関して知り得た個人情報の処理を自ら行うものとし、発注者が書面により承諾した場合を除き、第三者にその取扱いを委託してはならない。なお、再委託した業務を更に委託する場合も同様とする。

- 2 受注者は、前項の規定による承諾を受ける場合は、再委託先の名称、再委託する理由、再委託して処理する内容、再委託先において取り扱う情報、再委託先における安全性及び信頼性を確保する対策並びに再委託先に対する管理及び監督の方法を明確にした上で、業務の着手前に、書面により再委託する旨を発注者に協議し、その承諾を得なければならない。
- 3 前項の場合、受注者は再委託先にこの契約に基づく一切の義務を遵守させるとともに、発注者に対して、再委託先の全ての行為及び結果について責任を負うものとする。
- 4 受注者は、再委託先との契約において、再委託先に対する管理、監督の方法及び方法について具体的に規定しなければならない。
- 5 受注者は、再委託先に対して業務を委託した場合は、その履行状況を管理・監督するとともに、発注者の求めに応じて、管理し、及び監督の状況を発注者に対して適宜報告しなければならない。

(実地調査)

第13 発注者は、受注者が業務に関して取り扱う個人情報の利用、管理状況等について、随時実地に調査することができる。

(指示及び報告等)

第14 発注者は、受注者が業務に関して取り扱う個人情報の適切な管理を確保するため、受注者に対して必要な指示を行い、又は必要な事項の報告若しくは資料の提出を求めることができる。

(事故発生時の対応)

第15 受注者は、業務に関し個人情報の漏えい等の事故が発生した場合は、その事故の発生に係る帰責の有無にかかわらず、直ちに発注者に対して、当該事故に関わる個人情報の内容、件数、事故の発生場所、発生状況等を書面により報告し、発注者の指示に従うものとする。

2 発注者は、業務に関し個人情報の漏えい等の事故が発生した場合は、必要に応じて当該事故に関する情報を公表することができる。