

「令和8年度香港F I T誘客高付加価値観光魅力創出事業」 業務基本仕様書

1 業務の名称

令和8年度香港F I T誘客高付加価値観光魅力創出事業

2 業務の目的

香港市場は、台湾や中国に次いで東北6県及び新潟県を訪れる旅行者の数が多く市場であり、2025年の宿泊者数は8万人超となった。加えて2024年12月から2025年1月にかけて、3エアラインによる仙台ー香港の直行便が就航しており、これまで以上に多くの香港人が本県を訪問すると考えられる。

また、香港人は訪日リピーターが多いほか、日本食や自然・景勝地観光、温泉に対する関心が高く、まだ見ぬ日本を求める傾向があると言える。こうした特性の香港人は、本県の強みである四季と美しい景観、日本食、温泉などと親和性が高いと考えられる。

近年の訪日旅行形態は、団体旅行からF I T (Foreign Independent Tour/Traveler) へと大きくシフトしており、B t o C向けの情報発信やO T A (Online Travel Agent) を活用したプロモーションの重要性が極めて高まっている。

このような背景を踏まえ、本事業では、香港市場を主要ターゲットとし、本県の多彩で高品質な食材と、自然、景観、歴史、文化等の観光資源を融合させ、来訪者に感動体験を提供する「ガストロノミーツーリズム」の視点を活用した高付加価値な旅行商品を造成することにより、本県への旅行消費額の向上および滞在期間の延長を図る。

あわせて、現地で利用率の高いO T Aと連携したデジタルプロモーションを展開することで、本県の認知度および観光地としてのブランド力を高め、F I Tを中心としたインバウンド誘客の更なる拡大を図ることを目的とする。

3 期間

契約締結の日から令和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。

(1) 高付加価値旅行商品の造成

ターゲットのニーズを十分に調査・分析した上で、本県の強みを活かした「高付加価値旅行商品」を造成すること。商品は単発の取り組みに終わらせず、本施策以降も持続的に販売及び提供が可能となるよう、地域との連携体制を構築すること。なお地元事業者をはじめ、地域との連携を図りながら事業を進めるとともに、地域に過度な負担をかけない持続可能なビジネスモデルを意識すること。

イ 基本的事項

(イ) コンセプト

- ・ターゲット市場のニーズを起点としたマーケットインの視点に基づき、既存の観光コンテンツの集約・整理を行うこと。その際、ターゲット層が現状、宮城県内をはじめ日本国内のどのような地域やスポットに興味を示し、実際に訪れているか等、最新の訪問動態や SNS 上での関心事項を調査・分析し、その結果を商品造成の根拠として活用すること。特に、観光庁が分析するターゲット市場における高所得層の過去の訪日経験、同行者構成、性年代、買い物代の購入者単価及び満足度の高い項目等のデータを精査し、それらから推察される本県での消費行動の特性を企画に反映させること。
- ・「ガストロノミーツーリズム」の視点を活用し、地域の歴史・文化・自然環境等と融合させたストーリー性のある体験プログラムを造成すること。
- ・その土地でしか味わえない「特別な体験（限定性・希少性）」を組み込むこと。また、その背景にあるストーリーを効果的に発信することで、訪日リピーター層の再訪意欲を喚起する内容とすること。
- ・造成するすべての商品は、本施策以降も、事業者等によって継続的に販売・運用できる体制・内容であること。

(ロ) 主なターゲット

本事業が対象とするターゲットは、香港市場のうち以下の条件を満たす層とする。

・富裕層

UBS (Global Wealth Report 2024) 等の定義に基づき、投資可能資産 100 万米ドル以上を有する者。

・高所得層

世帯可処分所得が月額 10 万香港ドル（約 200 万円）以上、あるいは現地における上位 10%以内の所得水準を有する旅行者。ただし、本事業が目的とする「高付加価値商品」の購買意欲が高く、1人1回あたりの旅行消費額が相応に高いと見込まれる層を広くターゲットに含めること。

(ハ) 行程

県内周遊モデルコース 3泊4日程度。なお、近隣地域への周遊により延長することも可能とする。なおガストロノミーツーリズムの視点を活用したコンテンツは、モデルコースの一連の流れやストーリーに沿った内容とし、単独での販売も可能なものとする。

(ニ) 造成本数

3本以上とする。なお、造成する商品のうち、少なくとも1本については、令和9年1月中旬に香港現地で開催予定の「Hong Kong Holiday &

Travel Expo（以下、「HTE」という。）における重点プロモーション商品として、12月末までに下記（2）のOTAでの販売準備（審査完了や掲載等）を完了するよう行程管理を行うこと。

（ホ） 実施期間

令和8年10月まで

（へ） 想定される商品の要素

造成する商品は、以下の要素を組み合わせ、本県の魅力を最大限に引き出したものであること。なお、単発のイベントや1日限りの限定商品など、継続性のないものは本事業の対象外とし、事業終了後も自走できる販売体制を念頭に置くこと。

・食の特別体験

トップシェフ等による地元食材を最大限に活かした限定メニューの提供や、通常は公開されていない場所、あるいは景勝地等の「特別な空間」での食事体験を盛り込むこと。

・地域との深いつながり

生産者や工芸作家、伝統文化の担い手等との直接的な交流など、単なる見学に留まらない、その地域の理解を深めることのできるプログラムを組み込むこと。

・資源の多角化

本県の歴史、伝統文化、自然、地場産業等を活用した、ストーリー性のあるアクティビティ体験を提案すること。

・品質の担保

提供するサービス（移動手段、宿泊施設、ガイド等）について、ターゲットの期待水準を満たす品質を確保すること。

・高付加価値な価格設定と還元

ターゲットの支払い意欲に見合った高品質なサービスを提供するとともに、適切な利益率を確保すること。あわせて、その対価が地域事業者に正当に還元される持続可能な価格構造とすること。

（ト） その他

造成の際には、専門家による高付加価値コンテンツの視察を行うことが望ましい。

ロ 造成商品の販売促進

上記イで造成した商品について、4（2）との連動を図るため、対象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。行程については、実際に商品を購入した際の旅行者の動線を意識し、各モデルコースのストーリーや世界観が伝わるよう、核となるスポットや体験

を効果的に組み合わせた選定とすること。なお、当該発信（投稿内容、画像、動画等）については、県の公式SNSでのリポストやシェア、県の公式ウェブサイトへの埋め込み等による二次利用が可能となるよう、あらかじめ承諾を得ること。

(イ) 回数

造成する各商品の魅力が伝わる発信を、商品ごとに1回以上行うこと。なお、複数の商品を組み合わせた効率的な招請行程とすることも可能とするが、その場合も各商品のルート上の繋がりを損なわない内容とすること。

(ロ) 実施期間

令和9年1月まで

(ハ) 参加者

- ・現地での訴求力が期待できるKOL又はKOC等 1人程度
なお、4(2)を実施するOTAが選定した場合は、発注者と協議の上決定する。なお、香港での発信力を鑑み、香港現地で日本食普及の親善大使を努める者も可とする。
- ・その他WEBプロモーション用の素材撮影・記事編集等を行う実務者 1人程度（※効果的な情報発信をサポートする役割として想定）

(ニ) 費用負担

参加者のコース参加に係る経費は、本業務委託料に含むものとし、被招請者は、コースへの参加中、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。
- ・コースを効率的に、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、コース参加に必要な情報の提供を受けるなど、被招請者がコース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
 - ・コース中（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。なお、被招請者の利便性と満足度を維持しつつ、効率的な移動経費の算出を行うこと。
 - ・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
- (ロ) 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。

ハ その他

本業務の実施に当たっては、発注者と緊密に連絡をとり、随時協議しながら進めることとし、全体として効率的かつ効果的な業務を行うこと。

(2) OTAを活用した誘客プロモーション

イ 基本的事項

- ・上記（1）で造成した商品のほか、本県の宿泊施設、体験アクティビティ、二次交通等の予約に直接つなげるため、主要なOTA（Online Travel Agent）と連携したオンライン上の予約導線を構築すること。プロモーションにあたっては、（1）の事業で得られた高付加価値なコンテンツやビジュアル等を活用し、本県

への認知・関心を確実な来訪へと結びつけること。

- ・本事業の目的および近年のインバウンド動向、選定するOTAのユーザー特性等を分析した上で、効果的と思われる「配信エリア、性別、年齢、趣味・嗜好」等のセグメントを提案し、精度の高いプロモーションを実施すること。

なお、連携するOTAに関しては、次の条件を全て満たすこと。

- ・ターゲットとする市場の言語に対応していること。
- ・高付加価値旅行者や富裕層の利用率が高く、高級宿泊施設や体験型商品の取扱実績が豊富であることが望ましい。
- ・プロモーション効果を測定するために必要なデータ（インプレッション、クリック数、予約件数、宿泊数、消費額等）の提供が可能であること。
- ・本事業のプロモーション効果を最大化するため、当該OTAサイト内における「宮城県（あるいは対象エリア）」の検索時における宿泊施設やアクティビティ等の表示件数や露出機会を増加させる取組を提案・実施すること。
- ・令和9年1月中旬にHTEへの出展を予定していること。

ロ OTAサイトでの宮城県のランディングページ（以下「LP」という。）等の作成・掲載

選定したOTAサイトにおいて、本県の観光魅力および（1）で造成した高付加価値商品を訴求するLPを作成・掲載すること。また、同サイト内での広告運用を通じて、県内の宿泊施設、アクティビティ、二次交通等の予約・検索ページへ誘導すること。なお作成にあたっては、（1）での撮影素材等の完成を待たず、既存の観光素材（みやぎデジタルフォトライブラリー等）を活用して構成・デザイン案を先行して作成することにより、令和9年1月開催予定のHTEに合わせ、造成が完了した商品から順次掲載・公開できる体制を構築すること。また、（1）で撮影した素材が提供され次第、順次最新のクリエイティブへの差し替えおよび内容のブラッシュアップを行い、訴求力の向上を図ること。

（イ） 基本的な業務

- ・OTAサイト内の効果的な位置に掲載枠を確保し、本県の観光コンテンツを紹介する記事（LP）を作成すること。
- ・作成した記事は、ターゲット市場に合わせた言語に翻訳すること。（対象市場の公用語及び英語）。

（ロ） 同サイト登録者及び閲覧者への広告配信

- ・OTAサイトの登録ユーザーおよび閲覧者に対し、ターゲットの興味関心（食、伝統文化、自然、高付加価値旅行等）に基づいた精緻なセグメント設定を行い、広告を配信すること。特に、香港市場でニーズの高い「美食」「地方体験」等への関心層を重視すること。なお配信にあたっては、効果が期待できる期間及びターゲットを選定し集中的に予算を投下するこ

とで、クリックの質を高めるとともに、費用を抑制すること。

- ・当該O T Aが運営する公式S N Sアカウント（Facebook、Instagram、YouTube等、市場に応じたもの）を活用した情報発信を実施すること。
- ・広告配信の方法、回数、期間については、選定するO T Aの仕様および予算内で最大の効果が得られるプランを検討し、提案すること。香港の休暇シーズン（旧正月、イースター、夏季休暇等）を考慮したタイミングを検討すること。
- ・必要に応じて、各広告媒体の仕様に合わせたバナー画像や動画等のクリエイティブ制作、及び前述の言語への翻訳を実施すること。

（ハ） （１） で造成した商品の販売促進

当該O T Aの利用者に対し、本県の高付加価値旅行商品の認知度を高めるための戦略的な販促活動を展開すること。また、単なる情報提供に留まらず、利用者が実際に予約・購入に至るよう、検索結果の表示順位の最適化や、予約ボタンの配置検討など、実売に繋げるための取組を徹底すること。

ハ HTE等と連動した告知ツールの制作

令和9年1月中旬に開催予定のHTEにおいて来場者をL Pへ効果的に誘導するため、商品の世界観を伝え、L Pへ誘導する二次元コード等を掲載したプロモーション用POP又はチラシを制作すること。なお、12月末時点で造成済みの商品は「販売中」として、それ以外は「近日公開」や「先行情報登録」とすることで、来場者の関心を逃さない構成とすること。

（３） 効果測定・分析

本事業の効果を把握できるK P I（閲覧数・視聴数・予約数・実販売数等）を適切に設定し、プロモーション結果の分析を行うこと。K P I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、事業開始にあたり受注者が収集したターゲット層の現在の関心事および訪問先データについても、分析結果と併せて発注者に提供することとし、これらを踏まえ、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。

イ 本事業の業務の進め方、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。

ロ 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。
- ハ 取材・撮影時には、事前に運営管理者等に対し撮影及び配信等の許可を得ること。
- ニ 本事業で扱う旅行商品およびその流通経路等については、日本の諸法令に基づき適正に運営されていることを必須要件とする。特に移動手段や案内業務等において、法的根拠の不明確なサービスが介在することのないよう、受注者の責任において適法性を精査すること。
- ホ 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。
- へ 最終的な実施内容については、発注者と協議の上で実施すること。

5 業務の目標

以下の指標を目安とする。

アウトプット	高付加価値商品の造成数	3本以上
	OTA内特設ページ(LP)閲覧数	30,000回程度
アウトカム	本県に関する商品の販売数	事業実施前からの増
	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 事業報告

- (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 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。ただし、KOL等も当該発信内容を使用することができるものとする。なお、発信内容に関するトラブルは、当該発信者及び受託事業者で対応すること。また、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。

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、本県は、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) 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) 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。
- (6) 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。

8 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。

9 その他

- (1) 台風、地震など自然災害等のやむを得ない事情により発注者の判断で事業を中止する場合には、中止が決定するまでに要した経費（キャンセルに係る費用を含む。）の実費のみを支払うこととし、発注者と受注者が協議の上、契約内容を変更する。
なお、変更契約額の確定に当たり、証憑書類の写し等の提出を求めることがある。
- (2) (1) の他、疑義が生じた場合には、発注者と協議の上、実施することとする。
- (3) 委託業務の手続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。
- (4) 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。

- (5) 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。
- (6) 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。
- (7) 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。
- (8) 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。
- (9) 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。