

仕 様 書

1. 事業名

欧米豪市場に向けたせとうち地域周遊23ルートや新たな戦略素材等の情報発信事業

2. 履行期間

契約締結の日～令和7年3月14日（金）

3. 事業の目的

一般社団法人せとうち観光推進機構（以下「機構」という。）は、瀬戸内海を囲む7県（兵庫県、岡山県、広島県、山口県、徳島県、香川県、愛媛県）が合同してせとうちブランドを確立し、地域経済活性化や豊かな地域社会実現を目的としている。

そのためには、せとうち地域の美しい景観や伝統文化、芸術、食の魅力など海外から選好される魅力ある観光地域づくりを促進し、もって旅行者等の来訪及び滞在の促進による地域活性化を図ることが必要である。

そこで、機構がターゲット市場（※1）としている英・仏・独・米・豪市場において、現地有力メディアに影響力のあるマーケティング企業等のエージェンシー（以下「PR エージェンシー」（※2）という。）を活用し、各市場のターゲット層に訴求力の強い有力メディア等を中心にせとうち地域の情報発信を行う。あわせて、機構オウンドメディア（Facebook および Instagram）からも情報発信を行うことにより波及効果を最大化する。それらのことにより、せとうち地域の魅力や、モデルルート等の認知を向上させ、観光消費額の高い高付加価値旅行者の誘客を促進することを事業目的とする。

その具体的な手段として、せとうち地域周遊23ルート（※3）や新たな戦略素材（※4）等について旬な情報等を定期的に発信することとする。

※1 ターゲット市場における機構のメインターゲットは Experienced Traveler 層（異文化好奇心を持つ旅慣れた知的旅行者。）及び Special Interest Traveler 層（特定の関心・趣味を目的とする旅行者。）等の高付加価値旅行者層を想定している。また、JNTO（2023.6）『訪日マーケティング戦略』の各市場等の戦略・戦術等も参考にすること。

※2 PR エージェンシーとは、各市場のメディア業界等に具体的なリレーションを有し、機構の代理者として各市場の現地でセールス活動ができ、かつ現地のトレンド等現地状況の把握に力のある事業者を想定している。

※3 欧米豪の高付加価値旅行者層のニーズを踏まえ、せとうち地域を大きく4つのゾーンに分けてモデルプランを設定し、機構が作成した23ルートのことを指す。（別紙1のうち「基幹ルート」参

照。なお、「内容」「宿」「食」「周辺の観光コンテンツ」については、参考情報とすること。）

※4 地方における高付加価値なインバウンド観光地づくり事業で機構が作成したマスタープラン内記載の「地域の戦略素材案」参照。

参考：機構ホームページ

<https://setouchitourism.or.jp/ja/info/press-release-20240405/>

4. 業務内容

上記の目的を踏まえ、以下の(1)～(3)の業務を遂行すること。後述する活動指標（アウトプット）及び成果指標（アウトカム）に示す数値の達成に向け、機構の承認の上、業務を実施すること。

※活動指標（アウトプット）及び成果指標（アウトカム）に関しては、業務ごとにより具体的な目標を分けて企画運営、提案すること。

※活動指標（アウトプット）成果指標（アウトカム）に関しては市場ごとに、より具体的な目標を分けて提案すること。

(1) 基本業務

各市場に即した業務活動計画、及び方法を提案し、事前に機構と協議の上、決定した後遂行すること。活動計画の策定に当たっては、活動指標（アウトプット）成果指標（アウトカム）達成に向けた具体的な活動やスケジュール等を含めて提案すること。

ア 現地PR エージェンシーの選定

ターゲット市場の現地有力メディア等に影響力のあるPR エージェンシーを選定し提案すること。選定にあたっては、PR エージェンシーの会社名、メディア露出に関する強みや特徴、メディアとの連携及び挙げた実績など具体的な根拠のもと提案すること。

イ メディアの選定

PR エージェンシーの知見を活用し各市場のターゲット層に訴求力の強く、かつ他メディアへの波及効果のある有力メディア等を計75社以上（各国15社以上×5市場）選定し提案すること。選定にあたっては、有力メディアの具体的な特徴や強み、読者層、発行部数・PV数、他媒体への影響力等、具体的な根拠のもと提案すること。なお、媒体については、旅行雑誌やWEBメディア等、直接的に旅を提案するものに限らず、間接的にせとうち地域の魅力や、モデルルート等の認知を向上

させることができる高付加価値旅行者層が購読する雑誌等も対象とする。

ウ メディアへのセールスコール

上記イで選定した現地有力メディアを中心にセールスコールを計75社以上（各国15社以上×5市場想定）実施すること。実施にあたっては、当該月のニュースレター（下記エ参照）等を活用し、せとうち地域周遊23ルート等が記事となるような働きかけを行うことに加え、活動指標（アウトプット）成果指標（アウトカム）達成に向けて具体的な活動サイクルやセールスコールの実施スケジュールを提案すること。

エ ニュースレターの作成および配信について

- (ア) ニュースレターの作成にあたっては、認知度向上に資するせとうち地域の紹介にとどまらず、せとうち地域周遊23ルートや新たな戦略素材等を参考に、ネイティブライター等に現地取材（※5）をさせ、それらから得られた地域の最新情報やストーリーを取り入れること。さらに、それらを想起させる、将来的な販売に寄与するような内容に関する内容とし、それらが、魅力的な構成のニュースレターの様式で、各内容が時期に応じた効果的な発信となるよう意識された配信計画を提案すること。
- (イ) 上記ウの活動に加え、月に1回、メディアに対しニュースレターを活用したプレスリリースをし、幅広く情報発信をすること。なお、実際の情報発信にあたっては、その配信内容や配信時期等について例月報告等で報告した現地のトレンドやニーズを踏まえるなど機構と協議（オンラインミーティング等を想定）の上、配信すること。

※5 現地取材の具体的な取材先については機構と協議の上、決定する。

なお、観光地、観光関連施設等へのアポイントメント、掲載許諾等は、全て受託事業者の責任において行うこと。また、ニュースレター等校正については、引用元や参照元を明示し、日本語訳をつけて機構側へ提出すること。なお、校正内容に関しては原則、受託事業者の責任とする。

加えて、記事作成にあたって必要となる交通費、宿泊費、通信費、パソコンや通信機器、カメラ、ソフトウェア等の手配に係る経費は、全て当初の契約金額に含むものとする。

オ 機構オウンドメディアからの情報発信

JNTO の訪日マーケティング戦略を参考に、また、機構として継続的に認知拡大に活用し、利用者拡大を図っていることから、機構が所有する公式 SNS アカウント（Facebook および Instagram）を運用し、SNS で140本以上投稿すること。なお、

運用にあたっての注意点は次のとおりとする。

① 運用する機構の公式 SNS

Facebook (<https://www.facebook.com/SetouchiDMO/>)

Instagram (<https://www.instagram.com/setouchi.trip/>)

② 投稿における KPI の設定と効果測定を実施すること。KPI は、総リーチ数、エンゲージメント率、上記①の公式 SNS アカウントのフォロワー増加数等を設定し、達成に向けた提案を行うこと。また、その結果についても計測を適宜回数分実施し、機構へ例月報告すること。

③ SNS への投稿内容については、受託事業者と機構の事前協議により決定することとするが、「エ ニュースレターの作成および配信について」で記載した現地取材情報を基にした投稿内容を配信すること。加えて、User Generated Contents (UGC) を活用すること。

④ 公式 SNS に投稿する英語の文章作成にあたっては、「エ ニュースレターの作成および配信について」同様、ネイティブライター等を起用し、ターゲットのニーズやインサイトに沿った内容とすること。

⑤ SNS ごとの特徴に留意し、単なるニュースレターの転載ではなく、それぞれに効果的な方法で投稿を行うこと。

⑥ せとうち地域の魅力発信だけでなく、機構の公式 SNS のフォロワー数が増加するような投稿となるように努めること。その他、JNTO、せとうち地域の各県と連携する等、せとうち地域の情報を効果的に発信する手法を提案すること。

⑦ SNS におけるコメント、ダイレクトメッセージ対応についても、ユーザーに対し適切に対応すること。

⑧ 機構オウンドメディアからの情報発信にかかるアウトプット、アウトカム達成のために効果的な広告配信を機構と協議の上、9 回以上行うこと。

⑨ 運用にあたっては、サポート体制を整備した上で、各種端末での動作確認を行うこと。また、問題を発生させる恐れのある機器及びソフトウェアを使用しないこと等、情報セキュリティ対策を行うこと。

カ JNTO 現地事務所との連携

PR エージェンシーより発信するせとうち地域の情報を JNTO 現地事務所と共有するとともに、同事務所から得られた知見等を共有するミーティングを実施すること。

キ その他実施事項

上記ア～カを実施する上で、以下のことに留意すること。

- (ア) せとうち地域の観光に関する最新情報等を収集の上、取り組むこと。
- (イ) 現地メディアから取材依頼があった場合、機構と相談して可否および対応内容を決定するとともに、日本側との調整・通訳・翻訳等、取材を円滑に進めるためのサポートをすること。

(2) 報告業務

ア 例月報告

毎月 10 日迄に前月実施した活動状況、「(1) 基本業務」における各進捗状況、事業を推進する上で新たなアプローチ先候補としてのメディアとのリレーションリスト、各市場の動向及び現地メディア業界のトレンド、及び、機構の指定する様式に基づくメディア露出状況クリッピングリストおよびセールスコールリスト、機構オウンドメディアからの情報発信における SNS 投稿リストおよび広告配信実績について、日本語で報告書を提出すること。

リレーションリストとは、欧州の GDPR、米豪市場の場合それに準じた基準をクリアした状態のリストであり、会社名、担当者名、担当者連絡先、実績などを含む情報を可能な限り報告すること。

紙媒体への掲載があった場合は、事前相談の上必要を認めたものについて、実物も納品すること。

なお、報告の提出にあたっては事前に機構と協議を行うこと。

イ 年間報告書

(ア) 提出物 事業実施報告書 (A4判) 1部、および電子データ

(イ) 提出場所 一般社団法人せとうち観光推進機構

(ウ) 提出期限 令和7年2月28日(金)

なお、報告書の作成にあたっては、以下について留意のこと。

- ・ 事前に機構職員の承認を受けること。
- ・ 事業実施状況等をわかり易く編集すること。
- ・ 事業実施による効果を調査し、取りまとめること。

また、事業実施報告書について、提出期限の14日前には素案を機構に共有し、内容についての意見を求めること。加えて、履行期間の満了までに変更があった数値等は、当該報告書の提出期限後であってもその都度反映すること。

(3) その他

- ア 当事業に関する業務を円滑かつスピーディーに進めるため、担当者ごとの役割を明確に定め、指示系統がシンプルな事業推進体制とすること。
- イ 機構の要望があった場合は、機構事務所で打ち合わせを実施すること。

5. リレーションの取り扱いに関して

(1) 契約期間中について

受託者から機構への報告内容

リレーションリストとして、欧州のGDPR、米豪の場合それに準じた基準をクリアした状態のリスト(現地メディアの会社名、担当者名、担当者連絡先、実績などを含む)を可能な限り報告すること。

(2) 契約終了後について

機構は、各市場におけるメディア業界の状況や各種メディアの位置づけなど蓄積した知見を活かし、新たな受託者とともにアプローチすべきメディアを選定する。その際には、上記(1)のリレーションリストにおいて蓄積したメディアリレーションリストを活用するとともに、新たな受託者のノウハウを考慮しながら選定する。

※リレーションリストはあくまでも機構限定のものとして、新たな連携事業者へそのまま共有するものではない。

<成果物>

- ・せとうち地域情報に基にした、PRエージェンシー等の作成によるニュースレター
- ・メディアクリッピング実績
- ・SNS投稿
- ・発信に対するリアクション等の報告

<活動指標 (アウトプット) >事業報告書から把握

- ・ニュースレターの欧米豪市場における配信：5カ国に対し、毎月1回
- ・セールスコール社数：75社以上(15社以上×欧米豪5市場想定)
- ・新規取材等を基にしたSNSでの情報発信回数：140本
- ・広告配信回数：9回

<成果指標 (アウトカム) >事業報告書から把握

- ・欧米豪市場における記事掲載数：150本
- ・掲載された媒体のリーチ数：66百万件
- ・SNSでのリーチ数：46万件

※令和7年3月までの実績が0等、目標を大きく下回った場合は、令和6年度において追跡調査ができるようにすること。

6. 概算予算

20,000,000円（税込）

7. 契約代金の支払い

契約代金の支払いに関しては、業務完了後の精算払いとすること。なお、支払時期は令和7年4月下旬を見込んでいます。

8. 物品の所有権

受託者が委託料から業務に必要な物品を調達した場合、契約期間の満了に伴い残存物品の所有権は機構に帰属するものとする。また、その処理については機構の指示に従うこと。

9. 第三者委託の禁止

- (1) 本委託業務は、原則として第三者に委託させてはならない。ただし事前に文書により機構と協議し承認を得た事項については、第三者に委託して行うことができる。
- (2) 前項の規定にかかわらず、海外旅行業務や通訳業務、印刷業務等については、その性格上、専門の業者等に委託することを認めるものとする。ただし、委託内容については、文書により機構に事前に報告するものとする。

10. 作成物に関する権利の帰属

本事業においては、著作権の取扱いに十分注意すること。

- (1) 本事業の履行に伴い発生する成果物（UGC除く）に対する著作権（著作権法（昭和45年法律第48号）第27条及び第28条の権利を含む。）は、全て機構に帰属する。
- (2) 本事業により得られる著作物の著作者人格権について、受託事業者は将来にわたり行使しないこと。また、受託事業者は本作品の制作に関与した者について著作権を主張させず、著作者人格権についても行使させないことを約するものとする。
- (3) 本件に使用する映像、イラスト、写真、その他資料等について、第三者が権利を有

するものを使用する場合には、使用の際、あらかじめ機構に通知するとともに、第三者との間で発生した著作権その他知的財産権に関する手続や使用権料等の負担と責任は、全て受託事業者が負うこと。

(4) 上記(1)(2)(3)の規定は、「9. 第三者委託の禁止」により第三者に委託した場合においても適用する。受託者は、第三者との間で必要な調整を行い、第三者との間で発生した著作権その他知的財産権に関する手続や使用権料等の負担と責任を負うこと。

(5) その他、著作権等で疑義が生じた場合は、別途協議の上、決定する。

11. その他

(1) 本仕様書に定めのない事項及び業務遂行上疑義が生じた場合は、その都度、機構と別途協議の上、処理すること。

(2) 業務の実施にあたっては、各国の法律・慣習などを確認の上、遂行すること。

(3) 機構は、必要に応じて本契約に係る情報(受託者名・契約種別・契約件名及び契約金額等)を公開することがあるが、受託者はこれを了承するものとする。

(4) 本契約終了に伴い、契約期間内に受領したパンフレットやグッズ等の資料や配布物に在庫のある場合は、機構の指示に基づき、指定する宛先に送付すること。送付に係る費用は本受託者が負担すること。

(5) この事業は、観光庁「訪日外国人旅行者周遊促進事業費補助金」の「地域周遊観光促進事業」に基づく事業であるため、その補助金交付要綱(別紙2)、実施要領(別紙3)を事前に確認し、その内容に沿って提案・実施すること。なお、本事業における基本業務内容の(オ)にかかる業務については「(4) 訪日外国人旅行者周遊促進事業実施要領」の「当該地域の魅力の情報発信・プロモーションのために必要な事業に関する経費」の「ロ 広告・宣伝」における「WEB・SNSを活用した広告経費」とし、それ以外の内容は、「現地旅行エージェントを活用したプロモーション経費」として実施する。

(6) 本事業にかかる画像の使用および、それらを基に作成する記事内容の掲載許諾及び本事業におけるセールスコール、SNSでの発信等を含め、本事業に活用する旨の許諾等は、受託事業者において確実に得ること。また、当該掲載情報については、原則、機構オウンドメディア等において、機構および機構が認めたものが使用できるようにすること。

(7) 機構への連絡は日本語で行うこと。

(8) 機構を含むミーティングを実施する際には受託事業者において、議事概要案を作成の上、機構の確認を得て、それを提出すること。