

仕 様 書

1. 事業名

「現地マーケティングエージェンシーを活用した瀬戸内への誘客促進事業」

2. 履行期間

契約締結の日～令和4年3月31日（木）

3. 事業の目的

現在、国では訪日外国人旅行者数2030年6000万人、訪日外国人旅行消費額2030年15兆円等の目標を掲げ、戦略的に取り組んでいるところであり、テーマ性・ストーリー性を持った魅力ある観光地域のネットワークを強化し、訪日外国人旅行者の滞在日数にあわせた広域観光周遊ルートの形成により、訪日外国人旅行者の周遊を促進し、もって地域の活性化を図ることとしている。

そこで、一般社団法人せとうち観光推進機構（以下、機構という。）では、コロナ禍にあっても、重点市場である米・英・仏・独市場において現地マーケティングエージェンシーを活用し、旅行会社やメディア等とのリレーションを構築することにより、瀬戸内エリアの美しい景観や豊かな食文化、各観光地の魅力などを効果的に発信し、アフターコロナを見据えた認知度向上並びに誘客を促進する。

※現地マーケティングエージェンシーとは各市場の旅行業界、メディアに精通し、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る組織のこととする。

※瀬戸内エリアとは兵庫県、岡山県、広島県、山口県、徳島県、香川県、愛媛県とする。

4. 活動指針

本事業の目的を実現するために、瀬戸内エリアの魅力が海外に的確に伝わり、現地メディアによる市民への訴求、瀬戸内エリア来訪商品の造成・販売を促進することができるよう、現地及び瀬戸内エリアの観光業界の状況を十分に把握し、そのうえで現地の市場に精通し旅行会社、メディアとのネットワークを有した現地マーケティングエージェンシーを活用し、瀬戸内エリアの観光振興に資する視点から業務を遂行すること。

また、ネットワークを活用し現地（トレードエージェント、メディア）が必要とする情報を提供し誘客につなげるだけでなく、旅行会社、メディアとのリレーションを拡大し、まだ知られていない魅力やアフターコロナ期に適っている瀬戸内エリアの魅力や周遊を促進するための方法などを機構と一緒に考え、発見し、現地に伝え、潜在的な旅行者を掘り起こすことで誘客につなげていく。

これに加え、新型コロナ禍の状況を加味したうえで業務を遂行すること。

5. 使用言語

機構への連絡は日本語で行うこと。

6. 業務内容

上記の活動指針を踏まえ、各現地マーケティングエージェンシーと連携して、以下(1)から(3)の業務を遂行すること。プロモーション業務実施にあたっては、目標となる KPI を定め、具体的な効果測定方法を提案し、機構の承認の上、実施すること。

※KPI に関しては市場ごとに、より具体的な目標を旅行会社、メディアに分けて提案すること。

また、機構の実施する他の事業の立案・実施に参画し、本事業との連動により、効果の最大化を図るとともに、各市場に即したアドバイス・提案を行うこと。

(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、決定した後に遂行すること。活動計画の策定に当たっては、ネットワークを有する旅行会社やメディア等を具体的に示すとともに、年間の活動件数等具体的な活動量やスケジュール等を含めて提案すること。

また、基本業務に関しては、「ア 現地旅行会社への対応」業務に最も比重を置いて業務を遂行すること。

ア 現地旅行会社への対応

(ア) 瀬戸内エリアへの送客促進の観点から特に有力または効果的な現地旅行会社を選定し、アフターコロナを見据えた瀬戸内エリアへの送客に向け連携すること。また瀬戸内エリアへ誘客するために効果的と思われる事業者（航空会社など）との連携を図ること。

(イ) 上記(ア)の連携する旅行会社以外に対しても広く、現地商慣習に合わせてアフターコロナを見据えた瀬戸内エリア来訪旅行商品の造成(BtoB)、販売又は送客(BtoBtoC)を促すセールス活動を年間通じて実施すること。

(ウ) 瀬戸内エリア観光に関する最新情報を現地語に翻訳して提供すること。

(エ) 機構 が提供する資料を必要に応じて、翻訳し現地へ提供すること。

(オ) 現地旅行会社のトレンドに関する情報収集を行うこと。

(カ) リレーションを構築した現地旅行会社の造成した商品に関する情報を例月報告書で報告すること。

(キ) 各市場の現地マーケティングエージェンシーと機構 とのミーティングを月1

回以上実施し、そのフィードバックも実施すること。

(ク) 機構 が実施する FAM ツアーの招請者の募集、参加調整を行うこと。

※招請者の選定にあたっては、瀬戸内エリアの商品造成、送客意欲のあるものを選定すること。

※FAM 実施の費用（招請者の本人に対して発生する旅行費用）については、当事業に含まれない。

イ 現地メディアへの対応

(ア) 機構が提供する資料を必要に応じて翻訳し、現地へ提供すること。

(イ) 現地有力メディアからの取材要請や問い合わせ等に対応すること。

(ウ) 毎月メディアクリッピングを行い、瀬戸内エリアの観光に関連する露出を機構に報告すること。原本が手に入る場合は、機構に原本を2部送付すること。また、上記（ア）及び（イ）の活動によるメディア露出については、広告換算額及び媒体に関する概要を日本語で作成し、あわせて報告すること。

(エ) 現地メディアのトレンドに関する情報収集を行うこと。

ウ JNTO 現地事務所との連携

現地から、瀬戸内エリアへの送客を促進する上で連携を図ることが必要と考えられる JNTO 現地事務所に対して、以下のような活動を行うこと。

(ア) JNTO が実施する取組みと連携し、瀬戸内への誘客につなげること。

(イ) 瀬戸内エリア観光に関する最新情報を翻訳し提供すること。

(ウ) 機構が提供する資料を必要に応じて翻訳し配布すること。

エ 現地旅行会社の瀬戸内エリア来訪旅行商品造成・販売状況調査

現地での活動成果を確認するため、各市場において、瀬戸内エリア来訪旅行商品造成状況並びに販売状況（令和4年2月末現在での販売数、予約数など）を定量化し、代表的な旅行会社を中心に販売実績動向などに関してアンケート調査を実施すること。

・調査時期（予定）：令和4年1月～2月

・報告時期（予定）：令和4年3月11日

(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（旅行会社、メディアに対しての活動件数、セールス状況、商品造成情報、6.（1）イ（ウ）のクリッピング情報、旅行会社・

メディアに関するリレーションリストなど) 及び各市場の状況・分析、各業界の市場状況・分析について、日本語で報告書を提出すること。また、この例月報告に基づき、各市場ごとに現地エージェンシーを含めたミーティングを実施すること。

リレーションリストとは、欧州の GDPR、米国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、送客実績などを含む情報を可能な限り報告すること。

イ 年間報告書

(ア) 提出物 事業実施報告書 (A4判) 3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4年3月11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。

- ・ 事前に監督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。

※令和4年3月12日～31日に追加報告等がある場合は業務完了報告時に追加報告すること。

(3) その他

ア 当事業に精通した専従の担当者を1名配置すること。

イ 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、よりシンプルな事業推進体制とすること。

ウ 機構の実施する他の事業の立案・実施に参画し、本事業との連動により、効果の最大化を図るとともに、各市場に即したアドバイス・提案を行うこと。

エ 現地マーケティングエージェンシーに対して瀬戸内エリアの観光情報等のエデュケーションを行うこと

オ 必要に応じて、機構からのミッション団等の受入、イベント開催等に関する現地アレンジ、商談の設定、現地案内等を行うこと。

カ 定期的に、現地マーケティングエージェンシーと機構を含め3者での打ち合わせを実施すること。

キ 必要に応じて、機構事務所で打ち合わせを実施すること。

7. 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、米国の場合それに準じた基準をクリアした

状態のリスト(現地旅行会社・メディアの会社名、担当者名、担当者連絡先、送客実績などを含む)を可能な限り報告すること。

(2) 契約終了後について

(ア) 機構 は、各市場における旅行業界の状況や各種旅行会社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旅行会社を選定する。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旅行会社の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。選定する旅行会社が上記(1)のリレーションリストの旅行会社と重複することもありうる。

8. 契約更新

本事業に係る契約は、事業成果検証を第4四半期に行い、検証結果及び双方の合意に基づき、下記の条件を満たす限りにおいて、企画審査会を経ず優先的に契約更新ができるものとする。

(1) 成果検証において、実施したセールス・プロモーション効果、スケジュール進行・計画性、情報共有、熱意・取組姿勢等の観点から機構の定める基準点を満たすこと。

(2) 当該年度の本事業予算が承認されること。

尚、成果検証及び契約更新は毎年行い、優先的な契約更新は2回を限度とする。

また、契約更新後の業務内容・事業規模については、本事業に係る契約期間内に別途提示する。

9. 契約代金の支払い

契約代金の支払いに関しては、機構と協議の上、決定する。

また計画にあった項目が実施できなかった場合は、提出のあった見積書から、その費用を差し引いた額で変更契約することとする。

10. 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。

11. 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。

1 2. 作成物に関する権利の帰属

本件委託においては、著作権の取扱いに十分注意すること。

- (1) 本件委託の履行に伴い発生する成果物に対する著作権（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) 本件委託により得られる著作物の著作者人格権について、受託者は将来にわたり行使しないこと。また、受託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、全て受託者が負うこと。
- (4) 上記 (1) (2) (3) の規定は、「1 0. 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。

1 3. 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) プロモーション事業の実施に当たって、インフルエンサー等からの情報発信を行う際は、各国の法律・慣習などを確認の上、可能な限り該当する投稿についてプロモーションである旨を明示すること。
- (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。