

仕 様 書

1. 事業名

地域の認知度向上に向けた欧米豪市場への情報発信事業

2. 履行期間

契約締結の日～令和5年3月17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）が合同して瀬戸内ブランドを確立し、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、瀬戸内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、新型コロナウイルス感染症拡大により訪日旅行が困難な状況にあっても、機構がターゲット市場としている米・英・仏・独・豪市場において、いち早く世界から選ばれ、存在感のあるディスティネーションとなるために、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の「選択と集中」から戦略的に取り組むフォーカス・マーケティングを実施し、瀬戸内の情報発信の波及効果を最大化する。

そのためには、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へのマーケティング活動を、リストアップからアプローチ手法に至るまで戦略的、重点的に行う。この活動サイクルを継続的に実施することにより、瀬戸内の魅力を効果的に発信するだけでなく、瀬戸内のコンテンツの販売を促進することにより、アフターコロナにおける誘客を図る。

※ PR エージェンシーとは、各市場のメディア業界に精通し、かつ現地メディア等へ影響力があり、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事業者を想定している。

※ターゲット市場における機構のメインターゲットは *Experienced Traveller* 層（異文化好奇心を持つ旅慣れた知的旅行者。以下、*ET*層）及び *Special Interest Traveller* 層（特定の関心・趣味を目的とする旅行者。以下、*SIT*層）等の富裕旅行者層を想定している。

4. 活動指針

本事業の目的を実現するために、新型コロナウイルス感染症拡大の状況下においても、現地メディアを通じて瀬戸内エリアの魅力をターゲット層に的確に伝え、将来的な来訪

に繋がる活動を実施すること。そして、ターゲット市場及び瀬戸内エリアの観光業界の状況を十分に把握し、現地で影響力のあるメディアとのネットワークを有した現地 PR 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、PR エージェンシーのネットワークや知見を活用し、現地有力メディアを選定し、重点的かつ戦略的にアプローチする活動サイクルを継続し、パブリックリレーションを強化していくこと。その活動サイクルの中で、瀬戸内の魅力あるスポットや機構でこれまで作成したコンテンツ、商品・サービスの詳細情報をインプットし、他メディアの波及効果が得られる有力メディア等への露出を図り、認知拡大に繋がると認められる具体的な露出効果を挙げる。具体的には、各国の有名メディアへの露出、およびそこから波及を含めた、各国のメディア媒体での総露出量を獲得することで、瀬戸内への訪問意欲を高めていくこと。

さらに、新型コロナウイルス感染症により、ターゲット市場の観光業界情報がタイムリーに変化していく中で、その変化を素早くキャッチアップ・旅行ニーズに与える影響等を分析し、必要と思われる情報をフィードバックするとともに、状況を踏まえた情報発信を通じて、瀬戸内への旅行喚起を図ること。

また、新型コロナウイルス感染症をはじめとするリスクに十分留意するとともに、リスクに関しては特に機構と相談を密にし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、PR エージェンシーを活用し以下（1）から（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）成果指標（アウトカム）に示す数値を参考にしながら、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）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、決定した後に遂行すること。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量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

現地有力メディアに影響力のある 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100社以上（各国20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。

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へのセールスコールを計100社以上（各国20社以上×5市場）実施すること。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を提案すること。

エ プレスリリース

（ア）上記ウの活動に加え、月に1回程度、メディアに対しプレスリリースをし、幅広く情報発信をすること。

（イ）（ア）においては、瀬戸内エリアの紹介、機構の指定した体験コンテンツ等、情報発信のみならず旅行喚起に寄与する内容であること。

オ その他実施事項

上記ア～エを実施する上で、以下のことに留意すること。

（ア）機構が提供する、および、受託事業者が知り得た瀬戸内エリア観光に関する最新情報や旅行商品情報を現地語に翻訳して提供すること。なお、提供に際してはPR エージェンシーを含んだ協議の場を設定すること。

（イ）各市場の動向及び現地メディア業界のトレンドに関する情報収集・分析を行うこと。

※瀬戸内地域の特色を活かせる情報収集・分析を行うこと。

（ウ）セールスコール状況、メディア露出量に関する情報を例月報告書で報告すること。

（エ）（ア）以外においてもPR エージェンシーと定期的にミーティングをし、その内容を報告すること。

※必要に応じて機構職員を同席させること。

（オ）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。

カ JNTO 現地事務所との連携

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特に必要と考えられる 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することとし、相手側の計画を把握したうえでその具体的な連携方法を提案すること。
- (イ) 機構が提供する、および、受託事業者が知り得た瀬戸内エリア観光に関する最新情報、旅行商品情報を翻訳し提供すること。

(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（アプローチ状況、メディア掲載情報、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等）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について、日本語で報告書を提出すること。また、現地エージェンシーから受託事業者のレポートについては、現地語原文と共に日本語に翻訳したものを提出すること。

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）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5年3月17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。

(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 現地メディア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

とし、その内容を提案すること。

ウ 機構の要望があった場合は、機構事務所で打ち合せを実施すること。

7. リレーシヨ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

リレーシヨンリストとして、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

(ア) 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)のリレーシヨンリストにおいて蓄積したメディアリレーシヨ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。

※リレーシヨ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。

<活動指標 (アウトプット) >

・セールスコール数：20 社以上×5 市場=100 社以上

<成果指標 (アウトカム) >

・記事掲載数：200 本、2023 年 3 月、事業報告書から把握

・リーチ数：88.2 百万件、2023 年 3 月、事業報告書から把握

※令和 5 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 5 年度において追跡調査ができるようにすること。

8. 概算予算

13,000,000 円 (税込)

9. 契約代金の支払い

業務完了後の精算払い(一括払い)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。

1 1. 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) アウトカムの計測に当たって、インフルエンサー等からの情報発信を行う場合は、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アウトカムの計測対象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。

- (5) この事業は、観光庁「広域周遊観光促進のための観光地域支援事業」に基づく事業であるため、その補助金交付要綱等を事前に確認し、その内容に沿って提案・実施すること。

参考：観光庁ホームページ

<https://www.mlit.go.jp/kankocho/shisaku/kankochi/kouikishuyu.html>

- (6) 受託事業者において収集した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等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。

(一社) せとうち観光推進機構

担当：大西・森

電話：082 - 836 - 3217

mail : info@setouchitourism.or.jp