

東南アジアにおける訪日関心層誘客促進事業

業務仕様書（案）

（一社）東北観光推進機構

仕様書

1. 業務名

東南アジア市場における訪日関心層誘客強化事業

2. 目的

シンガポール・マレーシア・インドネシアをはじめとする東南アジア市場は、新型コロナウイルス感染症流行前に東北6県及び新潟県（以下、「東北7県」という。）への訪日旅行者数が増加を続けており、訪日旅行の解禁後、徐々に訪日旅行者が増加している市場である。

各市場とも、個人旅行の割合が高く、OTAを活用した旅行手配が主流となっているものの、宿泊地は東京・大阪・北海道に集中している状況である。東北の知名度を向上することにより、東北をFIT・リピーター層の次のディステーションとすることを目指し、インフルエンサーの招請事業を通じた発信を実施する。また、マレーシア市場においては、旅行博覧会に継続して出展することにより、東北の知名度向上と旅行会社との関係性構築を行う。これら施策を通じて、東北7県のさらなる認知度向上や訪東北意欲の維持・喚起を図ることにより、各国からの送客増につなげる。

3. 事業上限金額

金9,300,000円（消費税及び地方消費税を含む）

記載の金額はあくまで現時点での事業上限金額であり、今後の予算確保の状況により変更となる場合がある。なお、事業実施にあたっては、上記金額内で東北観光推進機構が指定する額で、東北観光推進機構、宮城県、福島県及び仙台市とそれぞれ契約を締結すること。

4. 契約期間

契約日から2024年1月31日まで

5. 業務内容

（1）インフルエンサー招請

①実施概要

- ・マレーシア・シンガポール・インドネシアにおいて訴求力のあるインフルエンサーを、時期を分けて2回招請し、自身のSNS等を活用した情報発信を実施すること。
- ・招請するインフルエンサーは影響力や取材体制を鑑みて提案し、各回、合計で3名以上を招請することとし、合計で3メディア以上での発信を行うこと。
- ・招請は各4泊5日程度で実施すること。
- ・提案に当たっては、インフルエンサーの選定理由や市場において有する影響力（SNSフォロワー数等）を詳細に記載すること。また、情報発信を行うメディア・発信回数や目標とするリーチ数等についても明記すること。

※招請時期については、社会情勢を踏まえ柔軟に対応すること。なお、期間は東北取材にかかる日数とし、機内泊等は除くものとする。

- ・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、全て受託者が負担することとする。

- ・情報発信を主たる目的とした招請であるが、招請中に対象市場からの誘客を促進する独自の提案がある場合はあわせて提案すること。

②業務内容

(ア)招請行程の提案

- ・下記、「(イ) ターゲット市場・招請時期・コース」に記載している(a)・(b)それぞれについて、東北7県の観光スポット等の中から招請行程を提案すること。インバウンド対応を行っている施設、観光コンテンツを中心に、各国への効果的な発信が望める場所を選定すること。
- ・提案に当たっては、各地の桜、紅葉等の見頃を考慮すること。
- ・いずれも4泊5日程度（機内泊含まず）、東京発着とする。
- ・ターゲット市場に人気の定番スポットのみならず、新型コロナウイルス感染症の流行後に誕生した新たな施設についても行程に含めること。
- ・FIT 層への発信を前提に、公共交通機関の利用によりアクセスが行える場所を中心に選定すること。
- ・提案に当たっては被招請者に意見を聴取し、各発信媒体のフォロワー属性や発信内容と合致した取材内容を提案すること。最終的には委託者と調整の上行程を決定すること。

(イ) ターゲット市場・招請時期・コース

(a) 宮城・仙台・福島・新潟コース

- ・シンガポール・インドネシア市場のFIT 層をターゲットに実施すること。
- ・シンガポール・インドネシアから計3名以上招請すること。
- ・4月中旬に実施し、福島県を中心に宮城県（仙台市を含む）・新潟県を組み合わせで訪問する、東北の桜の魅力を訴求する行程とすること。訪問する県の順番は提案による。
- ・福島県で2泊、宮城県（仙台市外）で1泊、新潟県で1泊すること。

(b) 福島・宮城・仙台・岩手コース

- ・マレーシア・インドネシア市場の穆斯林層をターゲットに実施すること。
- ・マレーシア・インドネシアから計3名以上招請すること。
- ・10月～11月に実施し、宮城県・仙台市を中心に福島県・岩手県を訪問する、東北の紅葉の魅力を訴求する行程とすること。訪問する県の順番は提案による。
- ・福島県で1泊、宮城県（仙台市外）で1泊、仙台市で1泊、岩手県で1泊すること。
- ・行程は穆斯林層への訴求を前提に、宮城県内・仙台市内の穆斯林向けメニューの提供を行っているレストランを複数行程に含めること。

(ウ) 招請に向けた旅行手配等

- ・被招請者選定に係る連絡調整及び手続等を行うこと。
- ・被招請者の旅行手配について、被招請者の自宅から出発地である海外拠点空港までの移動を含む

海外渡航費、日本国内交通費・宿泊費・食事代等を計上すること。

- ・招請中、被招請者の中から新型コロナウイルス感染症の罹患者が出た場合、係る対応費用は全て受託者が負担するものとする。
- ・招請中の移動手段として、専用車を手配すること。公共交通機関の利用を中心とした行程とする日はこの限りではない。
- ・観光施設等の視察に係る経費を計上するとともに、事前に取材許可及び見学費の減免許可等を得ること。
- ・事業目的の達成にふさわしい通訳及びガイドを手配し、当該通訳及びガイドに要する経費（交通費、宿泊費、食事代及び見学費等）を計上すること。
- ・宿泊先は、インバウンド受入に積極的であり、かつ原則として客室又は公共スペースでの Wi-Fi が利用可能な宿泊施設とすること。また、原則 1 人 1 部屋ずつ手配すること。
- ・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。
- ・被招請者に対してアンケート調査を実施し、集計及び分析の上報告すること。なお、アンケートの内容については、事前に委託者と協議することとし、今後の東南アジア市場からのインバウンド誘客への検討材料となるものにすること。
- ・招請実施後は参加者に適宜必要な情報提供等を行うことにより、情報発信に向けたフォローアップを行うこと。また、実績値については適宜報告するとともに、事業報告書において記載すること。
- ・原則として、被招請者には東北観光推進機構が実施運営する会員組織「TOHOKU Fan Club」に加入してもらうこと。

（エ）情報発信

- ・発信回数については、招請者 1 名につき自身のメディアで 4 回以上ずつ、1 回の招請につき計 12 回以上掲出すること。ただし、動画による発信等他により適切な回数がある場合は、その理由を明示の上、提案すること。
- ・招請終了後概ね 45 日以内に投稿すること。
- ・文章による発信の場合、発信内容に関して事実関係の誤りを防ぐため、投稿前に校正を行うこと。なお、校正は日本語で行うこと。
- ・各投稿には、原則として各県市等が指定する URL を添付すること。発信メディアの性質上、実施ができない特段の理由がある場合には、提案時点で明記すること。
- ・7（1）において設定する成果指標の達成ができない場合には、広告施策を実施する等により指標を達成させること。

（2）旅行博出展

①出展する旅行博

マレーシア：「MATTA Fair Kuala Lumpur」（例年 9 月開催）に 1 回出展すること。

②PR の基本方針

- ・ムスリムの訪日関心層（主に高・中所得家族層）を主なターゲットに、美しい自然景観を楽しみつつリラックス・リフレッシュすることができる東北の魅力を発信する。

- ・出展する旅行博等の時期を踏まえ、雪の回廊等の雪コンテンツが楽しめる東北ならではの魅力や、果物狩り等の体験コンテンツの魅力を中心に、東北の四季の多様な魅力を紹介する。
- ・東北の新鮮な海産物、四季折々の味を楽しむことができる果物等を紹介するとともに、ムスリムフレンドリー対応が可能な施設の情報を交えつつ、東北の豊富な食の楽しみをアピールする。
- ・東京から東北へ容易にアクセスできること（新幹線や仙台ー成田間及び羽田ー各地方空港間を結ぶ航空路線の活用）及びマレーシア人旅行者に人気が高い北海道ともアクセスが容易であること（北海道新幹線の活用）を併せて紹介することで、東京や北海道等と組み合わせた広域の視点も踏まえつつ、東北への旅の魅力をアピールする。
- ・JR EAST PASS や Tohoku Highway Bus Ticket 等、各種パスを活用することにより、コストを抑えつつ東北域内を周遊することができることをアピールする。

③業務の概要

（ア）ブースの装飾

- ・出展名は「Sendai city / Tohoku region Japan」とし、2ブース以上で出展すること。
- ・上記②の方針に基づき、出展する旅行博等の時期を踏まえ、東北の美しい四季の風景を強力に印象付けられるキービジュアルを用いた背景装飾を施すとともに、日本食を好むマレーシア人の嗜好を踏まえ、東北の多様な食の魅力をアピールするビジュアルを加えたブースデザインとすること。ただし、日本からの出展者全体で統一装飾を実施する場合は、そのイメージと調和を図ること。
- ・「Treasureland TOHOKU JAPAN」のロゴを使用すること。
- ・パンフレット入り段ボールや貴重品等を収納し、施錠可能な棚又はスペースを確保すること。
- ・東北各県・市の観光動画をブースで放映できるよう、必要な機材等を設置すること。
- ・ブース来場者の質問等に対応するため、WEB 検索が可能な機材等を設置すること。
- ・ブースにおいて、「TOHOKU Fan Club」の会員獲得及び仙台市英語版 Facebook「Travel to Sendai, Japan」のフォロワー獲得、福島県英語版観光公式サイト「FUKUSHIMA TRAVEL」の閲覧者数増加に資する取組みを行うこと。

（イ）ブースの運営

- ・ブース係員として、英語及び日本語での会話ができ、アンケート調査及び東北の観光説明を行う能力がある者を2名配置し、東北の観光の魅力を説明しながら、東北各県・市のパンフレット等を来場者に配布すること。ブース係員2名は原則として過去に東北の現地プロモーション事業に係る通訳業務経験がある者から選定すること。
- ・来場者とのコミュニケーションを通じて東北への関心と理解を深めてもらうとともに、マレーシア人の旅行嗜好や東北の現在の知名度等を調査するため、アンケート調査を実施し、集計及び分析の上報告すること。
- ・アンケートは一般消費者向けに会期中合計200人分実施すること。また、アンケートは東北観光推進機構指示のもと、東北観光推進機構 CRM システムを活用して実施すること。アンケートのノベルティについては、委託者が提供する。

（ウ）現地への荷物輸送

観光 PR に使用するパンフレット等の物品を日本からマレーシアに輸送すること。なお、計上の際には、各旅行博等につき 20 kg×10 箱=200 kg として積算すること（船便想定）。

（エ） 広告等掲載

旅行博の実施時期に合わせて、上記②の方針に掲げるターゲット層を対象に広告等による PR を行い、旅行博期間中のブースへの誘客や東北への旅行需要喚起を図ること。

（オ） 主催者等との連絡調整等

主催者等とブース出展料の支払いその他出展に係る連絡調整及び手続等を行うこと。

6. 事業報告書の作成及び提出

- （1）インフルエンサーが情報発信を行ってから概ね 30 日以内に、発信実績をまとめた報告書を作成し提出すること。
- （2）2024 年 1 月 31 日までに事業報告書を提出すること。

7. 事業効果の把握に関すること

- （1）インフルエンサーの発信については、媒体接触者数・クリック数等成果指標の設定を行い、効果の測定を実施すること。
- （2）旅行博への出展については、ブースへの来場者数等の成果指標の設定を行い、効果の測定を実施すること。

8. その他

- （1）受託者は、委託者と締結した「業務委託契約書」の各条項を遵守し業務を遂行すること。
- （2）受託者は、業務に要する機材および消耗品について準備すること。
- （3）受託者は、業務の各段階において業務の遂行について随時報告を行い委託者の了解を得ること。
- （4）受託者が業務を遂行する上で必要な資料等は、受託者において入手すること。
- （5）委託者が必要と判断した際には、受託者と協議を行った上で、本契約の内容を変更することができる。

以上