

欧米市場における訪日関心層をターゲットにした東北への誘客促進事業

業務仕様書（案）

（一社）東北観光推進機構

仕様書

1 事業名

欧米市場における訪日関心層をターゲットにした東北への誘客促進事業

2 事業目的

新型コロナウイルス感染症流行前の欧米における訪日経験者数はアジア圏と比較すると少なくなっているが、訪日旅行者数は年々増加するなど、成長が見られる市場であった。

欧米市場では初訪日の旅行者が 70%前後でゴールデンルート上の旅行地が中心となっているが、外国人旅行者に知られていない場所や田舎訪問への興味・関心の高まりが新たな旅行トレンドとして見られることから「新たなデスティネーション」としての東北をプロモーションする絶好の機会である。

本事業では FIT 層向け旅行商品・テーマ旅行を扱う旅行会社やメディア・インフルエンサーを対象とした招請、及び旅行博出展により、東北 6 県及び新潟県（以下、「東北 7 県」という。）の知名度向上・誘客促進を図ることを目的とする。

東京等からの利便性を発信することに加え「関西+東北」・「北海道+東北」という新たな旅行目的地としての認知・関心向上特化型プロモーションを実施する。

3 委託金額

12,711,000 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、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・青森県・秋田県・宮城県・山形県・福島県・仙台市・一般財団法人 VISIT はちのへとそれぞれ契約を締結すること。

4 事業実施期間

契約日から 2024 年 3 月 22 日まで

5 業務内容

(1) 招請事業

①実施概要

a. 旅行会社招請

- ・米、英、仏市場（以下、「対象市場」という。）の 3 市場以上において、FIT 層向けの旅行商品およびテーマ旅行を造成している現地旅行会社のツアー造成担当者を 1 回（2 社 2 名以上）欧米現地より招請し、東北 7 県の観光資源を視察してもらうことにより、旅行商品造成を促進すること。提案にあたっては、選定理由を明記することとし、その中には招請する旅行会社の顧客層や実績を含むこと。

b. メディア、インフルエンサー招請

- ・対象市場 2 市場以上において東北の認知度を向上させ、訪東北への意欲を高めることができる有力な現地メディアまたはインフルエンサーを 2 回（各回 1 社 1 名以上）招請すること。
- ・2 回のうち 1 回以上は欧米現地より招請すること。
- ・提案するメディアの選定理由や市場において有する影響力（発行部数、媒体接触者数、SNS フォロワー数等）を詳細に記載すること。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。

- ・フリーランスライターを提案する場合には執筆実績等も明記すること。
- ・2回の内1回は八戸市に滞在し1泊以上すること。

c. 旅行会社招請・メディア、インフルエンサー招請共通

- ・3つの招請事業いずれかの行程で青森県(八戸市を除く)・秋田県・宮城県(仙台市を除く)・山形県・福島県・仙台市に滞在すること。
- ・3回の招請事業で福島県に合わせて3泊以上、青森県(八戸市を除く)・秋田県・宮城県(仙台市を除く)・山形県・仙台市に各2泊以上滞在すること。

※日本国内及び対象市場における新型コロナウイルス感染症の拡大状況やその他社会情勢によっては、招請時期及び被招請者を変更することも可能とする。最終的に連携先と協議の上、決定すること。

- ・具体的な被招請者は企画提案内容を踏まえ連携先と協議の上、決定すること。
- ・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、全て受託者が負担することとする。

②業務内容

(ア)招請行程の提案

a. 旅行会社招請

- ・夏季(7月～9月)に1回実施。
- ・5泊6日程度とする。なお、行程に機内泊は含めない。
- ・仙台空港または仙台駅を1回以上利用すること
- ・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。
- ・FIT層向け旅行商品、テーマ旅行を扱う旅行会社へ強く訴求することが可能な行程を提案し、提案に当たっては対象市場現地の旅行会社に意見を聴取すること。また、選定理由を明記すること。
- ・長期滞在や伝統工芸体験及び伝統文化の発信ができるコンテンツを含めること。
- ・FIT層向け旅行商品、テーマ旅行を扱う旅行会社へ強く訴求することができ長期滞在も可能な宿泊施設へ宿泊すること。ただし、予約の都合や施設のキャパシティ等の理由から施設への宿泊が難しい場合には、同施設において宿泊を伴わない視察を十分に行うことで、代替の施設での宿泊を手配しても構わないものとする。
- ・受託者は、招請の実施前に被招請者に行程に係る意見を聴取し、委託者と調整の上、行程を決定すること。

b. メディア、インフルエンサー招請

- ・春季(5月)・秋季(10～11月初旬)に2回実施
- ・5泊6日程度とする。なお、行程に機内泊は含めない。
- ・仙台空港または仙台駅を1回以上利用すること
- ・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。
(専用車のみの移動ではなく、J R東南北海道レールパス利用等利用)

- ・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。

c. 旅行会社招請・メディア、インフルエンサー招請共通

- ・青森県(八戸市を除く)・秋田県・宮城県(仙台市を除く)・山形県・福島県・仙台市・八戸市のコンテンツを中心に、東北 7 県の観光コンテンツ等の中から選定することとし、広域観光を紹介する内容で提案すること。なお、東北 7 県すべてのコンテンツを必ずしも行程に含める必要はない。
- ・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、実際の商品化を見据えた現実的な行程とすること。
- ・欧米人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・リニューアルした新たな施設や体験コンテンツ・アクティビティについても行程に含めること。
- ・3 回の招請事業の中で 1 回以上は「関西+東北」、3 回の招請事業の中で 1 回以上は「北海道+東北」という新たな旅行ルート確立の提案をすること。

【例】

(招請 1 回目：往路 関西国際空港～伊丹空港 - 仙台空港着 / 復路 羽田空港発)

(招請 2 回目：往路 羽田空港～新千歳空港着 / 復路 羽田空港発)

- ・3 つの招請事業の中で 1 回以上は最終訪問県を福島県とし、招請最終日に会議室等を借上げた上で、旅行会社またはメディア・インフルエンサーと招請で訪問した自治体の担当者及び視察先の事業者による意見交換会を 1～2 時間程度実施し、訪問先への評価のフィードバック等を行うこと。なお、関係者の参加は現地、WEB いずれの方法でも参加できるよう手配すること。

(イ) 招請に向けた旅行手配等

a. 旅行会社招請

- ・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、旅行商品の造成に向けたフォローアップを行うこと。また、事業報告書において造成の実績について報告すること。なお、旅行商品が造成されなかった場合は、その理由を聞き取り、報告書に明記すること。

b. メディア、インフルエンサー招請共通

- ・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、取材内容が効果的に発信されるようフォローアップを行うこと。また、事業報告書においてメディアへの掲載実績について報告すること。なお、メディアへ掲載されなかった場合は、その理由を聞き取り、報告書に明記すること。

c. 旅行会社招請・メディア、インフルエンサー招請共通

- ・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、海外渡航費（被招請者の自宅⇄海外拠点空港までの往復移動含む）、日本国内交通費（在日のメディア・インフルエンサーを招請する場合は、被招請者の自宅から出発地までの移動を含む）・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。
- ・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。（通訳とガイドは兼務でも構わない）
- ・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、今後の欧米市場からのインバウンド誘客の検討材料となるものにすること。
- ・原則として、被招請者には東北観光推進機構 CRM システム（TOHOKU FanClub）に加入いただくこと。

（２）旅行博出展

①出展する旅行博

- ・ Los Angeles Travel & Adventure Show へのブース出展。
- ・開催時期：2024 年 2 月中旬 2 日間 開催
- ・開催場所：米国ロサンゼルス

②PR の基本方針

- ・FIT 層、訪日リピーター層を主なターゲットとする。
- ・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－成田間及び羽田－各地方空港間を結ぶ航空路線の活用）及び人気が高い関西・北海道ともアクセスが容易であること（関西国際空港・伊丹空港、北海道新幹線の活用）を併せて紹介することで、東京や関西及び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、コストを抑えつつ公共交通機関で気軽に東北への旅を楽しむことができることをアピールする。

③業務の概要

（ア）ブース出展・装飾

a ブース出展について

- ・出展数は 1 ブース分を計上すること。（ブース確保は事業者にて行う、1 ブース\$4,295/参考価格）
- ・出展効果を高めるため、同時に出展される東北関係の団体等と可能な限り連携を図ること。
- ・ブース名は「TOHOKU JAPAN」とすること。
- ・出展案内に関しては主催者のホームページを確認すること。

b ブース装飾について

- ・他地域と差別化した東北ならではの観光資源等を、インパクトあるビジュアルで発信する。
- ・夏の自然景観や祭りを中心に米国人に対して訴求効果の高い日本食・酒等のほか、伝統・文化体験等、東北の観光に関する魅力を印象づけられる装飾を提案すること。

- ・JNTO 等により日本全体で統一装飾を実施する場合、そのイメージと調和させること。
- ・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。
- ・その他、装飾に必要なものを準備すること。
- ・「Treasureland Tohoku Japan」のロゴを使用し、東北の統一感をもった装飾とすること。
- ・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、東北観光推進機構 CRM システム（TOHOKU Fan Club）の会員獲得、増加に資する取り組みを行うこと。

（イ）ブースの運営

- ・ブース設営から撤去までを行うこと
- ・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名配置して、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名は過去に東北ブースの通訳業務経験がある者から選定することが望ましい。
- ・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、米国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計200人以上実施すること。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（TOHOKU Fan Club）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米国ロサンゼルスに輸送すること。なお計上の際には、400kg として行うこと。（船便想定）

（エ）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）1 回目の旅行会社招請が終了してから概ね 30 日以内に、招請内容をまとめた中間報告書を作成し提出すること。なお、報告書は東北観光推進機構及び東北 7 県が旅行会社へのセールス等に自由に使用できるものとする。
- （2）メディア、インフルエンサーが記事掲載、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
- （3）2024 年 3 月 22 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）本事業が、東北 7 県及び仙台市を主体とした旅行商品の造成や、誘客促進につながったことを具体的に把握できる成果指標の設定及びその測定（調査）方法を提案し、効果の測定を実施すること。
- （2）旅行商品の造成時期等により、成果指標に係る実数を把握することが難しい場合は、被招請者から見込み数を聴取するなどし、効果測定に支障が生じないようにすること。

- (3) メディア・インフルエンサーの発信については、媒体接触者数・クリック数等の成果指標の設定を行い、効果の測定を実施すること。
- (4) 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。