

マレーシア・インドネシアにおける訪日関心層誘客促進事業

業務仕様書

(一社) 東北観光推進機構

仕様書

1. 業務名

マレーシア・インドネシアにおける訪日関心層誘客強化事業

2. 目的

マレーシア・インドネシア市場は、訪日旅行が本格的に再開された 2023 年において、東北 6 県及び新潟県（以下、「東北 7 県」という。）への宿泊者数が 2019 年比で増加しており、今後も更なる増加が見込める市場である。

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、現在宿泊地は東京・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、マレーシア・インドネシアの両市場をターゲットに OTA サイトへの記事の掲出による知名度の向上を図る。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し一般消費者向けの情報発信を行うとともに、旅行会社招請による東北の旅行商品の増加を目指す。インドネシア市場においては新たに旅行博出展を行い一般消費者向けにプロモーションを行う。現地でのこれら施策を通じて、東北 7 県の更なる認知度向上や訪東北旅行の促進を図ることにより、各国からの来訪者増につなげる。

3. 事業上限金額

金 13,300,000 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、岩手県、宮城県、山形県、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 2025 年 3 月 10 日まで

5. 業務内容

（1）大手 OTA と連携した情報発信

①実施概要

- ・マレーシア・インドネシア市場において、訪日旅行に関心を持つ一般消費者に対し、東北 7 県の認知度向上及び訪問意欲の喚起を図るため、現地の大手 OTA1 社以上と連携して記事の掲出を行うこと。
- ・大手 OTA の活用にあたっては、過去の東北の掲載記事も有効に活用した情報発信も検討すること。
- ・それぞれの市場ごとに、5 月～6 月にグリーンシーズン、8 月～9 月に紅葉シーズン、10 月～11 月に雪シーズン、12 月～1 月に桜シーズンの誘客を促進する記事をそれぞれ作成し、各季節 1 回以上ずつ計 6 回（2 市場合計で 12 回）以上となるように掲出すること。ただし、他により効果的と思われる時期及び回数がある場合は、その理由を明示の上、提案すること。
- ・記事の内容は、宮城県・福島県をメインとして東北 7 県の各季節の魅力を中心に、東北の魅力を効

果的に発信すること。

- ・掲載記事への流入を図るための広告バナーの掲出を行うこと。
- ・媒体接触者数は合計 440 万人以上、クリック数は合計 10 万回以上を目標とすること。
- ・記事の閲覧が実際の来訪に繋がったか、指標を設定し記事掲載後に測定すること。なお、商品購入者情報等の提供ができない OTA については想定数値として構わないものとする。

②その他共通事項

- ・記事を作成する場合には、宮城県：福島県：岩手県：山形県：仙台市：青森県・秋田県・新潟県の割合が凡そ 3:3:1:1:1:1 の割合となるよう配分すること。また、バナーを作成する際には、宮城県・福島県の観光地を中心に掲載画像を選定すること。
- ・一過性の事業に終わらせることなく、今後の事業展開にも活用できる内容と関係構築に意識して実施すること。
- ・事業目的を達成するために効果的と思われる事項や当事業計画に定めのない事項等については、適宜、委託者と協議の上定めること。
- ・実施にあたっては、東北 7 県及び仙台市の観光情報を発信する各種ウェブサイトとの連携等を考慮すること。
- ・事業の受託決定後、東観推から DMP データを入手し、各市場の動向を分析した上で記事内容の選定に反映させること。

(2) マレーシア旅行博出展

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

- ・中華系及び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、紅葉や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－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 / Yamagata / Tohoku Region Japan」とし、3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。
- ・東北の位置関係が分かる地図を背景装飾等に掲出すること。
- ・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」の会員獲得仙台市英語版Facebook「Travel to Sendai, Japan」のフォロワー獲得に資する取組みを行うこと。なお、ノベルティについては委託者が用意することとする。

(イ) ブースの運営

- ・ブース係員として、中国語もしくはマレー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計 3 名以上（中国語及び日本語、マレー語及び日本語での会話ができる係員最低各 1 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 3 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。また、アンケート用のノベルティについて準備すること。なお、本事業のための作成を基本とするが、購入して用意することも妨げない。

(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旅行博会場に輸送すること。なお、計上の際には、 $20\text{ kg} \times 32\text{ 箱} = 640\text{ kg}$ 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。

(3) インドネシア旅行博出展

①出展する旅行博

インドネシア：「Japan Travel Fair」（例年8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、紅葉や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－成田間及び羽田－各地方空港間を結ぶ航空路線の活用）及びインドネ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、各種バ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、インドネ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」のフォロワー獲得に資する取組みを行うこと。なお、ノベルティについては委託者が用意することとする。

(イ) ブースの運営

- ・ブース係員として、インドネシア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、インドネ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。また、アンケート用のノベルティについて準備すること。なお、本事業のための作成を基本とするが、購入して用意することも妨げない。

(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旅行博会場に輸送すること。なお、計上の際には、各旅行博等につき20kg×20箱=400kg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。

(4) 旅行会社招請

①実施概要

- ・マレーシア在住の中華系の高・中間所得層をターゲットに、団体ツアーを中心に造成・販売しているマレーシア現地の旅行会社5社5名を1回招請し、東北7県観光資源を視察してもらうことにより旅行商品の造成を促すこと。
- ・招請する旅行会社は、中華系のホールセラー1~2社とその会社の卸先の会社から3~4社の計5社を選定することを基本とする。ホールセラー及び卸先の会社数の内訳を変更した方が効果的と考える場合は、その理由を明示して提案すること。
- ・提案に当たっては、旅行会社の選定理由を明記すること。また、選定に際して、事前に各社にヒアリングするなどして、各視察先を含めた旅行商品の造成意欲の高い旅行会社を選ぶとともに、日本及び東北7県への誘客実績を考慮すること。
※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。

②業務の内容

(ア) 招請行程の提案

- ・下記コースについて、東北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、実際の商品化を見据えた現実的な行程とすること。
- ・4泊5日程度（機内泊含まず）、東京発着とするが、東北への直行便就航の状況によっては、委託先と協議の上変更することも可とする。
- ・中華系マレーシア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した新たな施設についても行程に含めること。
- ・ターゲットであるマレーシア在住の中華系高・中間所得層へ訴求することが可能な行程を選定することとし、提案に当たっては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。
- ・各日において高・中間所得層へ訴求することが可能な宿泊施設へ訪問するとともに、部屋の見学等、同施設の担当者による施設紹介を実施すること。この際、施設の十分な紹介を行うことができれば、同施設での宿泊は行わなく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。

(イ) 招請時期・コース

- ・10月から11月に実施し、岩手県・福島県を中心に東北を広域で滞在しながら、各県の紅葉の魅力を訴求する行程とすること。
- ・岩手県、福島県でそれぞれ1泊以上すること。

(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。
- ・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、今後のタイ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。

- ・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、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。
- ・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。

6. 事業報告書の作成及び提出

- (1) 旅行会社招請が終了してから概ね 30 日以内に、招請や情報発信等の内容をまとめた中間報告書を作成し提出すること。
- (2) 2025 年 3 月 10 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) OTA での発信については、媒体接触者数・クリック数、OTA サイトでの予約数（想定を含む）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。
- (3) 旅行会社招請について、招請実施後参加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とともに、招請地域を含む旅行商品について計 10 商品以上を目標に旅行商品の造成を促すこと。

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