

韓国市場における訪日関心層に向けた新たな SIT プロモーション事業
業務仕様書（案）

（一社）東北観光推進機構

仕様書（案）

1. 業務名

韓国市場における訪日関心層に向けた新たな SIT プロモーション事業

2. 目的

韓国市場は、海外旅行者の約 6 割が訪日旅行を経験しており、訪日旅行リピーターの割合が高い市場である。加えて、地方エリアへの訪問希望率は 80%を超えており、近年は大都市観光に代わる旅行スタイルとして「小都市」への関心が高まっている。

また、トレッキングやゴルフ等のアウトドアアクティビティ、温泉、日本の原風景、食や日本酒、日本文化が感じられる宿泊施設など、旅行目的が明確な特定関心層（以下「SIT 層」という。）や訪日旅行リピーターは、東北地方にとって有力なターゲット層である。

さらに、韓国の訪日客数において大きな割合を占める 20～30 代の世代は、東北地方に対してネガティブなイメージが比較的少なく、将来的な訪問候補として東北が選択されやすい層である。

一方で、韓国市場は旅行費用や移動の利便性に対する感度が高く、航空路線の選択肢が旅行先の選定に影響を与える傾向にある。このため、現時点において必ずしも東北地方が直近の旅行先として選択されとは限らないものの、将来の旅行先選定につながる認知向上や関心を促すための中長期的な視点での取り組みが重要である。

本事業では、韓国現地の旅行博への出展を通じ、幅広い層に対して東北地域の魅力を直接発信するとともに、SNS や旅行関連メディア等への記事掲載によるデジタル広告を活用した情報発信を組み合わせることで、旅マエ以前から東北及び新潟県（以下「東北 7 県」という。）の認知向上を図る。

3. 事業上限金額

金 4, 7 0 0, 0 0 0 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、事業実施に当たっては、上記金額内で東北観光推進機構が指定する額で、東北観光推進機構及び福島県とそれぞれ契約締結に係る手続きを行うこと。

4. 契約期間

契約日から 2027 年 3 月 19 日（金）まで

5. 業務内容

（1）旅行博出展

①出展する旅行博

a Travel Show シーズン 1

b 開催時期：2026 年 5 月 14 日（木）～17 日（日）の 4 日間 開催

c 開催場所：217-60, Kinex-ro, Ilsanseo-gu, Goyang-si, Gyeonggi-do

②PR の基本方針

a アウトドアアクティビティ含む自然、温泉、日本の原風景、食、日本酒及び日本文化に

興味関心の高い夫婦・パートナー・家族層を主なターゲットとする。

- b 韓国から東北各地へ容易にアクセスできること（韓国～仙台便の直行便があること、新幹線や羽田ー各地方空港間を結ぶ航空路線の活用）及び韓国人に人気が高い北海道からもアクセスが容易であること（北海道新幹線の活用や札幌-各地方空港間を結ぶ航空路線の活用）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。
- c Tohoku Express Pass 等を活用することにより、より自由に東北の旅が楽しめることをアピールする。
- d 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

a ブース出展

(a) ブース出展について

- I 出展ブースの施工、装飾、運営管理、各種手配から撤去までの一連の工程を行うこと。
- II 出展数は2ブースを計上すること。
- III 出展申込は、受託決定後、早急に申し込みを行うこと。出展料は委託料に含めるものとし、支払いは受託者が行うものとする。なお、ブース出展料や施工料等は主催者に照会すること。
- IV 出展効果を高めるため、同時に出展する東北関係の団体等があれば可能な限り連携を図ること。
- V 出展案内に関する詳細につい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

- I 景観、食、郷土の文化だけでなく、アニメ・漫画等のポップカルチャーやアウトドアアクティビティなど様々な東北の観光資源を活用し、韓国人の嗜好に合わせたインパクトのあるビジュアルやコンセプトのブースデザインとすること。また、企画提案書にはデザインの理由も記載すること。
- II 出展ブースにおける装飾・造作物については、主催者が設ける制限を守り、主催者等と調整しながら業務を進めること。
- III ブースの造成にあたっては、宮城県・福島県・仙台市の観光資源を中心に作成すること。また、東北7県の位置やアクセスが分かるような地図を掲載すること。
- IV 東北にゆかりのあるアニメ・漫画等を装飾として活用する場合は、著作権元への申請等について全て受託者が行うこと。
- V 東北地方の観光動画または現地とのオンライン中継をブースで放映できるよう、モニター等の必要な機材を設置すること。
- VI 主催者による PR ステージが設けられる場合は、可能な限り活用するものとし、ステージ内容を企画提案書に盛り込むこと。
- VII ブース壁面装飾及びノベルティとして制作したデザインは、旅行博終了後、デー

タにて委託者に納品すること。

本成果品の一切の著作権（著作権法第27条及び第28条の権利を含む。）は、成果品の引渡しを以て全て委託者に帰属すること。なお、受託者は、委託者が認めた場合を除き、成果品に係る著作人格権を行使できないものとする。成果品については、他イベントでの活用や関係団体への貸与など無期限に二次的利用が可能とする。

■データ仕様

形式：Illustrator(ai.)データ 300dpi 以上

サイズ：W3,000mm×H2,500 mm

フォント：アウトライン化

VIII ブースに誘客するための企画提案をすること。

IX PR ステージやブース内体験企画等でノベルティが必要な場合は、宮城県・福島県・仙台市のものを中心に選定すること。また、主催者が定める規定を十分に確認すること。

X ノベルティ数は、2025 年度来場者数をもとに算出し、余裕を持った数を用意すること。

XI 提供品がお菓子等の食品の場合、衛生管理には十分配慮すること。

XII インフルエンサーやメディア、JNTO・自治体の SNS アカウント等を活用した PR 等、ブースへの集客を工夫すること。

(c) その他、

I 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。

II 装飾に必要なものを準備し、設置及び撤収すること。

III 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。

IV ブースにおいて、東北観光推進機構 CRM システム（TOHOKU Fan Club）の会員獲得及び東北観光推進機構の SNS（Instagram や Facebook 等）のフォロワー獲得に資する取組みを行うこと。なお、これらの企画は常時実施するものではなく、時間帯を分けて、後述のブース係員で対応できるようにスケジュールを組むこと。

b ブースの運営

(a) ブース係員として、現地一般消費者の間で広く普及している言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各日配置すること。なお、ブース内で商品販売を行う場合は、会計対応を考慮して人員を選定すること。

(b) 期間中速やかな運営ができる人数を各日配置すること。また、日本語話者のみがブースに残ることがないように休憩時間等の人員配置も考慮すること。

(c) 旅行博前日から最終日まで同一の運営ディレクターを配置することが望ましい。なお、ブース係員として配置するスタッフとは別とすること。

(d) 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

もに、韓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。アンケート回収の目標数は実現可能な数を提示すること。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。

- (e) 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。
- (f) アンケートのノベルティについては受託者が調達し、宮城県・福島県・仙台市の物を中心に選定すること。この際、ノベルティはオリジナル品を作成しても既存品を購入しても構わないものとするが、韓国市場において訴求力のあるものを手配すること。
- (g) 委託者が旅行博に派遣する委託者職員の旅費については本事業費に含めない。ただし、委託者職員が派遣されない場合も想定し、業務が実施できる体制を構築すること。
- (h) 事業全体を把握し、事業主体との連絡調整、関係各所との調整および当日の判断・対応を行うことができる事業担当者を、会期中、会場に常駐させること（ブース係員、係員統括責任者と兼ねることも可）。

c 現地への荷物輸送

- (a) 観光 PR に使用するパンフレット等の物品を日本から韓国に輸送すること。なお計上の際には、400kg 程度として行うこと。
- (b) 輸送方法は船便を想定しているが、航空便でも構わないものとする。ただし、事業費にすべて収めること。
- (c) 輸送にあたって発送物の受取確認及びインボイス様式等の作成を行うこと。なお、発送物のリストは事業主体から提供するものとする。
- (d) 受託者は、発送物の輸送について、確実に会場へ到着するよう委託者及び配送事業者と調整のうえ、輸送に関する諸手続きを行うこと。

d 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。

(2) デジタル広告を活用した情報発信

韓国の訪日外客数において大きな割合を占めている 20～30 代の若年層を主なターゲットとし、デジタル広告を活用した情報発信を行う。

また、デジタル広告を通じて東北への関心を持った層が、訪日旅行の検討段階において必要な情報が得られるよう、適切な情報導線の設計を行い、韓国市場において訪日旅行のトレンドとなっている「日本の小都市」というキーワードの中で、東北が選ばれることを目指したプロモーション活動を実施すること。

① PR 方針

- a 韓国の訪日客数で大きな割合を占めている 20～30 代の若年層、並びに訪日旅行やレジャーへの関心が高く、SNS や検索を通じて積極的に情報収集を行っている層を主なター

ゲットとする。なお、詳細なターゲット層の設定は、韓国市場の最新動向を分析した上で、理由を含めて企画提案すること。

- b デジタル広告とは、主に Instagram 等の SNS 広告を想定しているが、検索広告、ディスプレイ広告、動画広告及びインターネット上の WEB サイトも含むものとする。韓国市場及びターゲットとする層を分析したうえで提案すること。
- b SNS アカウントのフォロワー獲得や短期的な送客を主目的とするものではなく、韓国市場における東北地域全体の認知度向上を目的とすることを踏まえたものである。
- c 東北のゲートウェイである仙台市を起点とし、東北地域における広域周遊を想起させる内容とする。
- d 必ずしも公式 SNS アカウントへのフォローや遷移を前提とせず、広告視聴のみで情報が完結する形も可とし、若年層の利用実態に即した自然な情報接触を重視すること。
- e 広告表現については、広告色の強い訴求を避け、ユーザー生成コンテンツ的なトーンを意識し、視聴者が心理的な抵抗感なく接触できる内容とする。

②事業概要

- a 韓国市場の旅行動向や情報収集行動を分析したうえで、ターゲット層に対して効果的なデジタル広告配信を行うこと。
- b 広告の内容と連動したオンライン記事を制作する等、関心を持った層が、検索や検討段階において必要な情報が得られるよう、適切な情報導線を設計すること。
なお、広告配信にあたっては、必ずしも広告クリックを前提とせず、広告視聴による認知形成及び、その後の検索・検討行動につながる設計とすること。
- c デジタル広告の配信本数は、4 本程度を想定しているが、委託金額の範囲内で、より効果的な本数や構成について企画提案すること。
- d デジタル広告のスケジュールを企画提案書に明記すること。スケジュールは通年での展開を想定するが、(1) の旅行博出展事業の実施時期も考慮し、両事業が相互に認知向上の効果を高め合う構成とすること。
- e 広告の内容については、どのような素材（写真・動画・テキスト等）を制作するか、具体的に例示すること。
なお、観光地の紹介にとどまらず、仙台市を中心に街の雰囲気、移動のしやすさ、滞在時の過ごし方など、訪日旅行のイメージが具体的に想起される内容とすること。
- f 広告の制作にあたっては、情報収集、取材先との調整・許可取得、写真及び動画の撮影・編集、原稿作成等、必要な業務を一括して行うこと。
- g 広告内容の内容・掲載については、事前に委託者の確認及び承認を得ること。

6. 事業報告書の作成及び提出

- (1) 旅行博事業終了後、概ね 30 日以内に、事業内容を整理した中間報告書を作成し、委託者に提出すること。
- (2) 中間報告書を用いて、上期終了時を目安に、委託者及び連携自治体との報告会に対応すること。その際、報告会時点におけるデジタル広告の配信・掲載状況、並びに測定可能な成果について整理し、報告すること。
- (3) 2027 年 3 月 19 日（金）までに、事業完了報告書を提出すること。

なお、中間報告書及び事業完了報告書、ならびに本事業で制作した成果物については、東北観光推進機構、東北7県及び仙台市が自由に使用できるものとする。

7. 事業効果の把握及び分析に関すること

- (1) 旅行博事業及び情報発信事業が、東北7県及び仙台市を主体とした誘客促進及び認知向上につながったことを把握するため、成果指標の設定及びその測定（調査）方法を提案し、効果測定を実施すること。なお、受託決定後、測定方法について委託者と協議すること。
- (2) 旅行博への出展については、ブース来場者数等の成果指標を設定し、効果測定を実施すること。
- (3) 情報発信事業については、広告ごとに、インプレッション数、リーチ数、クリック数（率）、シェア（リポスト）数、いいね数、コメント数等について、通算、月別、週別、日別、時間帯別、性別、地域別等の観点から成果指標を設定し、効果測定を実施すること。
なお、成果指標の評価にあたっては、数値のみならず、広告を通じた露出の質や傾向を総合的に判断するものである。
- (4) 上記（1）～（3）の測定結果を踏まえ、次年度以降の事業に向けた分析及び改善提案を行うこと。

8. 事業実施体制に関すること

- (1) 事業実施に際しての管理監督者を含めた社内外組織・団体との連携体制について明示すること。
- (2) 事業を実施するうえで必要な詳細事項及び事業遂行において生じた疑義については、委託者と協議したうえ実施すること。
- (3) ネイティブチェック体制を明確にし、誤字・脱字をなくすとともに、単なる逐語訳ではなく、現地で違和感のない内容で発信できる体制を構築すること。

9. 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