

業 務 委 託 仕 様 書

1 業務の名称

デジタルマーケティングによるインバウンド誘客プロモーション事業

2 業務の目的

訪日旅行の形態が個人旅行に大きくシフトし、BtoC向けの情報発信や OTA (Online Travel Agent) サイトと連携したプロモーション等を通じて誘客につなげていく取組の重要性が増す中、本事業では、海外の個人旅行者層（以下「FIT 層」という。）が訪日旅行の予約・検討に利用する OTA 等を活用したデジタルプロモーションを実施し、本県の認知度・魅力度を高めるとともに、FIT 層を中心としたインバウンド誘客の拡大を図ることを目的とする。

3 委託期間

令和8年4月1日（水）から令和9年3月31日（水）まで（予定）

4 委託業務の内容

（1）本事業におけるプロモーション戦略（計画）の策定

ア）ターゲット国・地域・属性

訪日外国人来訪状況や見込み来訪者等の傾向分析を行い、本事業のターゲット国・地域を設定すること。地域・属性等でより細分化できる場合は併せて提案すること。

（現在想定するターゲット）

最重点 韓国、台湾

検討 香港、ASEAN（シンガポール、タイ、ベトナム、インドネシア）、
欧米豪（米、豪、仏、独、英、加）

イ）プロモーション手法

- ・設定したターゲットに対して効果的かつ効率的なプロモーション手法を提案すること。
- ・各施策間の連動性を意識し、事業目的に対する各施策効果の測定ができるようにすること。
- ・活用媒体の基本的な情報や訴求対象・効果（見込み）を具体的に示し、選定根拠を記載すること。
- ・年間を通じて、各施策の状況等を分析しながら、委託者と協議の上で、ターゲティングの変更、絞り込み等継続的に改善を図ること。

ウ）プロモーションスケジュール

事業開始後速やかにプロモーションを開始することを想定し、時節に応じて最も効果的な実施スケジュールを提案すること。計画にあたっては、施策ごとに分析ポイントを置き事業期間内で PDCA サイクルを回せるよう考慮すること。

本県の外国人延べ宿泊者数の月別での推移をみると、特に、例年夏場（6月～9月）の宿泊者数が他の時期に比べて少ない状況にあることに留意し、宿泊者数を高める計画にすること。

エ）プロモーションコスト

市場別の予算配分に関しては、各市場の宿泊者数が最大になるように提案し、本業務の受託が決定した後に、委託者との協議により柔軟に対応すること。

(2) 海外 OTA を活用したプロモーション

- ・ 海外誘客に強みを持つ OTA を 2 社以上活用し、本県への誘客・宿泊者数拡大に向けたプロモーションを展開すること。
- ・ 活用する海外 OTA は (1) のターゲットを踏まえて選定の上、ターゲットに最も効果的な手法を用いて誘客・宿泊者数拡大までの方策を提案すること。
- ・ なお、連携する OTA サイトに関しては、次の条件を全て満たすこと。
 - ・ 多くの訪日外国人旅行者が利用していること。
 - ・ ターゲット国・地域の言語に対応していること。
 - ・ プロモーションの実施効果を測る上で必要なデータが収集可能なこと。
- ・ 原則として、OTA サイト内に本県の観光コンテンツ等を掲載するランディングページを制作し、掲載すること。ランディングページは、ターゲット市場毎の言語で制作し、夏場の誘客に繋がるよう完成させること。なお、制作したランディングページについては、広告配信を通さずに検索により閲覧が可能である形とし、(3) の広告配信期間以外も同様であること。
- ・ 記事コンテンツ制作は必須とし、宮崎県の魅力を海外に発信する記事を各 OTA で 5 本以上 (最重点国は最低各 1 本)、取材を実施した上で制作すること。記事制作にあたっては設定したターゲットに対して滞在時間を長くさせるよう工夫をすること。
- ・ 必要なコンテンツ (OTA サイト内ランディングページ、広告バナー、その他掲出に係るクリエイティブ等) は受託者が提案・制作すること。なお、制作にあたってはその提案に基づき、委託者と協議の上最終決定するものとする。
- ・ 本県の宿泊施設等の予約・購入を促進するため、割引クーポンの配布など、OTA サイト利用者のインセンティブとなりうる取組が効果的と見込まれる場合は提案すること。
なお、実施する場合は、クーポン等の配布に関しては、次の点に留意すること。
 - ・ クーポンの対象とする商品については、県と協議の上、最終決定すること。
 - ・ クーポンの利用状況を分析し、どの市場、時期、商品で効果が高いかを分析しながら、事業内容に反映させること。

(3) WEB 媒体を活用したプロモーション

- ・ 設定したターゲット国・地域ごとに効果的な WEB 媒体 (WEB、SNS、アプリ、動画サイト等) を選定し、(2) と並行して実施すること。
- ・ 設定ターゲットに効果的なクリエイティブ・媒体を用いて広告配信を行うこと。
- ・ 広告配信と併せて、バナーの設置など (2) におけるランディングページ等への流入を促進するための取組を行うこと。
- ・ 広告に必要なクリエイティブ (動画・グラフィック・コピーライティング等) は受託者にて制作すること。クリエイティブに用いるビジュアル等はターゲットに応じて選定を行い、使用素材においては、委託者が所有する動画及び画像を使用及び編集することも可能とするが、その際は、委託者との協議の上で、編集等の作業を実施すること。
- ・ 広告媒体ごとに獲得が見込まれる数値 (インプレッション数やクリック率等) は事前にシミュレーションを提案すること。
- ・ 夏場の誘客に向けてターゲット国・地域に対し広告配信を開始できるようにすること。

- ・ 鹿児島・熊本・福岡空港等の他県空港経由の誘客にもつなげるため、対象市場ごとの効果的なターゲットの絞り込みや予算配分、配信時期等を内容とする広告配信計画を作成すること。
- ・ 配信時期については、次の点にも留意すること。
 - ・ 宿泊予約日から実際の宿泊日までのリードタイムを考慮すること。
 - ・ 広告配信計画について宮崎県と協議の上、広告配信を実施すること。
 - ・ 「(5) 効果測定等」の報告内容を踏まえ、随時、宮崎県と協議の上、広告配信計画の改善等を図り、広告配信の運用に反映させること。

(4) 自由提案

- ・ 上記以外で本事業の目的達成に向けて効果が見込めるプロモーション手法を、効果が見込めると考える理由を説明した上で提案すること。
- ・ オンラインでのプロモーションに限らず、オフラインを活用した提案でもよい。

※参考

令和8年度に本県が出展を予定する海外現地旅行博等（実施時期については、要主催者確認）

- ・ 5月 韓国 Travel Show 2026、台湾 TTE2026
- ・ 7月 香港 Hong Kong Book Fair 2026
- ・ 11月 韓国 Travel Show 2026、台湾 ITF 2026

(5) 訪日客市場分析

- ・ 可能な限り訪日客の生の声を調査し、定性的な市場分析を行うこと。なお、プロモーションがより効果的なものになるよう、どのような声を拾い上げるのか提案すること。
- ・ 手法の指定はないが、Google Map 等クチコミ機能が充実している媒体の活用や、WEB アンケート調査等を想定している。分析は可能な限り早急を実施することとし、本事業内でのプロモーション施策（遅くとも下期以降）に活かせるようスケジュールに組み込むこと。

5 オウンドメディアの活用等

- ・ 本県が運営するインバウンド向け SNS アカウントにおいては、毎月複数のコンテンツを投稿しており、令和8年度においても同様の投稿・運営を予定している。については、本事業における各施策において、ターゲットの興味関心を深めるために本サイトの活用を検討すること。
- ・ また、本事業で制作した記事コンテンツでは、宮崎県公式観光サイト及び公式 SNS への転載は必須とする。

(参考)

○宮崎県公式観光サイト <https://www.kanko-miyazaki.jp/>

○宮崎県が運営する SNS アカウント

- ・ 韓国語 <https://www.facebook.com/miyazakipref.kr/>
- ・ 繁体字 <https://www.facebook.com/miyazakipref.hant>
- ・ 英語 <https://www.facebook.com/miyazakipref.eng>
- ・ タイ語 <https://www.facebook.com/miyazakipref.thai>

Facebook の活用にあたっては、Facebook 運営受託事業者と十分に連携すること。

- ・ 本県が別途実施する 2 月 20 日付公告「みやざき宿泊旅行需要喚起事業」の周知等も、可能なかぎり実施を検討すること。

6 データ分析及び検証

本事業の効果を把握できるKPI（閲覧数・予約数等）を適切に設定し、プロモーション結果の分析を行うこと。

KPIの設定にあたっては、指標の妥当性を確認できる根拠を示すこと。目標数値を達成した後も、予算の限り事業効果の最大化を目指して事業を継続すること。

本事業で実施するオンライン媒体（海外 OTA 及びオンラインプロモーションで活用した媒体）及び一般に公開されている市場データ等を分析し、本事業の効果を測定すること。データが不足する部分においては、必要な調査を実施して効果測定の精度を高めること。

7 定期報告の実施

- ・ 原則として毎月、報告を行うこと。（オンライン、報告書でも可）。なお、定期的な報告の他、宮崎県からの報告の求めに対応すること。
- ・ オンライン報告会で協議した内容については、随時協議録の提出を行うこと。
- ・ 日本全国の訪日外国人旅行者の動向やデータなども考慮して、当該委託業務の成果と推定できるものも示すこと。

8 体制・スケジュール

業務の実施体制について、以下の点を踏まえ、本事業に関わるプロジェクト体制や指揮系統等を明示すること。

- ・ 受託者は、本事業を円滑に遂行するために、全体の責任を負う業務統括責任者を置き、業務全般の進行管理や調整機能を担うこと。
- ・ 複数の者がグループを構成して共同実施する場合は、その体制も示すこと。
- ・ 業務担当者は、訪日旅行者及び宮崎県の観光資源に係る基礎的な知識を有する者を起用すること。
- ・ デジタルを活用した海外でのマーケティング・プロモーションに関する知見・経験を有する者など、必要かつ十分な人員を確保したうえで、業務内容・量の変動に応じた適正な人員配置を行い、効果的かつ効率的な運営が可能な体制を構築し、その体制図も提案すること。
- ・ 取材先でのトラブルや計画変更など不測の事態に臨機応変に対応できること。
- ・ 業務を確実に遂行するためのスケジュールを示すこと。
- ・ 随時スケジュールを共有し、進行管理を徹底すること。

9 第三者委託の禁止

受託者は、本業務を一括して第三者に委託し、又は請け負わせることはできない。ただし、本業務を効率的に行う上で、必要と思われる業務については、県の承認を得た上で、業務の一部を委託することができる。なお、再委託をする場合は、再委託した業務に伴う承認を得た第三者の行為について、受注者は委託者に対し全ての責任を負うものとする。

10 留意事項

- (1) 業務の実施に伴い、適用を受ける法令、規定、基準、指針等については、これを遵守し、遺漏のないようにすること。
- (2) 委託者の指示に従い、すみやかに必要な対応を行うこと。
- (3) 各業務にかかる撮影、編集、調査、報告等の一切の経費（交通費、宿泊・車両コーディネート費、

各種データ費等)は、全て事業費に含むこと。

- (4) 記事制作における取材先の選定やアポイント取りなどの調整業務は、原則として、事業者にて行うこと。
- (5) 取材・撮影時には、事前に管理者等に対し撮影及び配信等の許可を得ること。取材時に撮影した写真・映像等に映り込んだ施設見学者や施設関係者の画像の掲載許諾についても受託者において行うものとする。
- (6) 業務完了後に、受託者の責任に帰すべき理由による成果品の不良箇所があった場合は、受託者は速やかに必要な訂正、補足等の措置を行うものとし、これに対する経費は受託者の負担とする。
- (7) 県や動画出演者、撮影先など業務実施に関わる協議を行った場合は、受託者が都度速やかに議事録を作成し、県へ提出すること。
- (8) 本事業は、日本語での契約、日本円での支払い（精算払い）とする。

11 報告書の提出

すべての事業完了後、実施報告書等を作成し、速やかに県（観光推進課）に提出すること。県の検査を受検し、契約期間内に合格し、業務を完了すること。

○提出するもの

- ・ 当事業の実施報告書 A4 様式任意
- ・ 本事業で作成したデータ一式

12 著作権の取扱い

この契約により作成される成果物の著作権等の取扱いを、以下のとおり定める。

- (1) 本仕様書により作成された成果物の著作権、所有権、利用権は、宮崎県に帰属し、本県の許可なくして使用・流用してはならない。
ただし、受託者が従来から権利を有していた受託者固有の知識、技術、ブランド等に関する権利（以下、「権利留保分」）については、受託者に留保するものとし、この場合、宮崎県は、権利留保分についての当該権利を非独占的に使用できるものとする。
- (2) 権利関係の処理
 - ① 素材に含まれる第三者の著作権、肖像権その他全ての権利についての交渉、処理は受託者が行うこととし、その経費は委託料に含むものとする。納品する成果品について、第三者の著作権・肖像権その他の権利（以下「第三者の権利」という。）を侵害することがないように業務を実施するとともに、成果物が第三者の権利を侵害していた場合に生じる問題については、一切の責任を負うこととする。
 - ② 受託者が従前から所有していた素材等を使用する場合も前記のとおりとする。
 - ③ 第三者からの異議申し立て、紛争の提起については、全て受託者の責任と費用負担で対応するものとする。
 - ④ 著作権の取扱いについて、ここに記載のない事項については、県と受託者で協議の上、処理することとする。
- (3) 委託者の書面による事前の同意を得なければ、著作権法第18条及び第19条を行使することができないものとする。
- (4) 出演者を起用する場合は、肖像権等の問題が発生しないものとし、権利処理や、出演料の支払い等の手続は受託者にて行うこと。
- (5) 委託者は本業務の成果物を期間の制限なく無償で、自ら使用するために必要な範囲内において、

あらゆる媒体、手段・方法により公開・放送等に随時利用するとともに、編集・改変を行うことができるものとする。

13 その他

(1) 本仕様書に定めのない事項及び調査実施にあたって疑義が生じた場合は、県と協議し、その指示に従うこと。

(2) 事業内容の詳細については、企画競争により受託事業者が決定した後、県との協議により変更することがある。

(3) 受託者は、契約後、本業務の実施スケジュール等を明らかにした業務計画書を作成し、県の承認を得ること。

(4) 本業務の実施により知り得た個人情報について、漏えい等の防止その他の個人情報の適正な管理のために必要な措置を講じるとともに、本業務の目的以外に使用し、又は第三者に提供してはならない。本業務終了後においても同様とする。

(5) その他、本仕様書に定めのない事項については、委託者と受託者で協議の上、決定するものとする