

# 業 務 委 託 仕 様 書

## 1 業務の名称

OTA と連携した韓国・台湾・香港・ASEAN向けデジタルプロモーション事業

## 2 業務の目的

本県の令和6年外国人延べ宿泊者数（1～11月）は、コロナ禍前の令和元年比の約6割となっており、全国と比べてインバウンドの回復が遅れている。また、本県の外国人延べ宿泊者数の月別での推移をみると、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。

訪日旅行の形態が個人旅行に大きくシフトし、B to C 向けの情報発信や OTA 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 (Online Travel Agent) と連携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。

なお、本事業のターゲット市場は、韓国、台湾、香港、ASEAN とする。

## 3 委託期間

令和7年4月1日（火）から令和8年3月31日（火）まで

## 4 委託業務の内容

### (1) 宿泊施設や体験商品等の OTA サイト への登録促進・運用支援

本県の宿泊施設や体験・交通商品等の OTA サイトへの登録件数が少ない状況にあるため、次の取組を行うこと。

#### (ア) 県内事業者向け説明会の実施

OTA サイトへの本県の宿泊施設や体験・交通商品等の登録を促進するため、オンライン・オフライン併用の説明会を最低でも1回以上実施すること。

説明会は、(4) のデジタルプロモーション実施時期を踏まえ、5月中に開催すること。

なお、本業務には、会場及び講師の手配や参加者募集チラシの作成・案内等を含むものとする。

#### (イ) 県内事業者に対する登録手続き等のサポート

OTA サイトに登録を希望する県内事業者の事務手続き等を個別にサポートするために、オフラインの相談会を最低でも1回以上実施すること。また、既登録事業者に対しても、登録内容の更新や改善点等について適切なサポートを行うこと。なお、効率的な事業実施の観点から、相談会は (ア) の説明会と同時に開催することも可能とする。

### (2) OTA サイトに掲載するランディングページの制作

ターゲット市場の 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。特集ページは、ターゲット市場毎の言語で制作し、5月中に完成させること。また、本県への認知・関心を宿泊施設や体験・交通商品等の予約につなげるため、OTA と連携し、ページ内に予約導線を構築すること。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、(4)の広告配信期間以外にも同様であること。

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。
- ・ターゲットとする韓国・台湾・香港・ASEAN 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。

### (3) プロモーション動画の制作

訪日外国人旅行者に対し、本県の観光コンテンツを効果的に発信できるプロモーション動画を制作すること。撮影にはドローンを使用するなど、本県の魅力が最大限に伝わる内容とし、8月中に完成させること。

制作する動画は、3分×2本を目安とし、音声・字幕は基本的に含まないものとするが、最終的な仕様は、県と協議の上、決定するものとする。

なお、本県が所有する動画及び画像を編集し、プロモーション動画の作成に使用することも可能とする。その際は、本県との協議の上で、編集等の作業を実施すること。

制作した動画は、本県が保有する HP や情報提供媒体のほか、各種プロモーション等において、その全部又は一部（トリミング等を含む加工を施すことを前提とする。）を随時使用・複製することを了承すること。

(参考)

本県が過去作成した動画

- ・MIYAZAKI -In search of a Sanctuary- 総合編  
<https://www.youtube.com/watch?v=eMQgCYKs7Co>
- ・Golf Tourism in Miyazaki (AD ENG Ver)  
<https://www.youtube.com/watch?v=dh6KAP87ZKs>
- ・【ASMR】Sound of hinata food / 日本のひなた宮崎県 食 PR 動画  
<https://www.youtube.com/watch?v=JkFA5-oRMw4>

### (4) デジタルプロモーションの企画及び実施

#### (ア) 現地メディアやインフルエンサー等を活用した情報発信

韓国・台湾・香港・ASEAN 市場に対して発信力を持つ現地メディアやインフルエンサー等を活用し、本県への誘客につながる効果的な情報発信を行うこと。ASEAN については、各国の市場特性や直行便の運航状況等を踏まえ、対象国を絞って提案すること。発信内容は、各市場の特性を踏まえ、定番の観光地のみならず、本県ならではの魅力が伝わるような情報を盛り込んだ内容とすること。

また、本県が直行便を有しない香港、ASEAN 市場については、九州各県との直行便の運航や本県の二次交通等の状況を踏まえ、鹿児島・熊本・福岡等の他県空港経由での誘客につながるよう、モデルコースの設定や発信内容を工夫すること。

なお、予算の範囲内で最適な手法を提案することとし、下記の既存コンテンツの活用も可とする。

(参考)

- 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。

#### (イ) 広告配信

(2)(3) で制作したランディングページや動画等への流入を促進するため、以下 (I) ~ (II) に従い、効果的な広告配信を行うこと。

##### (I) 配信媒体等

各市場の特性に応じて、OTA サイトや SNS など、有効な媒体を活用すること。

また、広告配信と併せて、バナーの設置など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。

##### (II) 広告配信の実施

- ・令和 7 年 5 月中にターゲット市場に対し広告配信を開始できるようにすること。
- ・九州各県との直行便の運航や本県の二次交通等の状況を踏まえ、鹿児島・熊本・福岡空港等の他県空港経由から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。
- ・県が出展を予定している旅行博等と連携したプロモーションも検討し、提案すること。  
(令和 7 年度に本県が出展を予定している海外現地旅行博等)

- ・ 5 月 韓国 Travel Show 2025
- ・ 7 月 香港 Hong Kong Book Fair 2025
- ・ 11 月 台湾 ITF 2025

##### (ウ) 割引クーポンの配布等

(ア) (イ) の取組と連携し、本県の宿泊施設や体験・交通商品等の予約・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を提案すること。実施時期は、本県のインバウンドの入込が少ない夏場とプロスポーツキャンプ等でハイシーズンとなる 2 月以前の 2 回とする。

なお、クーポン等の配布に関しては、次の点に留意すること。

- ・OTA サイトや SNS 広告、インフルエンサーを活用した情報発信と効果的に組み合わせること。
- ・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。

#### (5) 効果測定・分析

(ア) 本事業の効果を把握できる K P I (閲覧数・視聴数・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。K P I 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。また、本事業を総括し、次年度以降本県への誘客拡大につながる効果的なデジタルプロモーション手法について提案を行うこと。

#### (イ) 定期報告の実施

以下の項目について、原則として四半期に一度、定期報告を行うこと。その際、必要に応じて観光事業者に対し、商品の販売状況等の聞き取りを行うこと。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。

- ・ 広告配信状況に関し、特集ページ等の閲覧回数、閲覧者の属性（年齢、地域、特性等）の分析結果。
- ・ 連携する OTA を通じた予約実績に関する内容。広告を実施していない期間や過去の一定期間のデータと比較することなどにより、その効果を客観的に示すとともに、例えば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を示すこと。

#### (6) その他

(1) ～ (5) 以外に、本県の認知度・魅力度向上及びインバウンド誘客拡大に資する効果的な取組について、予算の範囲内で実施可能なものがあれば、独自に提案すること。

#### (7) スケジュールの提示

上記の各取組は、次のスケジュールを想定しており、これを踏まえ具体かつ適切な作業スケジュールを提案すること。

令和7年4月	業務委託契約 ランディングページの制作、広告配信計画の制作
5月	県内事業者向け説明会・相談会の実施
5月～6月	県内商品の OTA 掲載
6月～7月	1回目プロモーション（インフルエンサー・メディア情報発信、 広告配信、割引クーポン配布等）
8月	プロモーション動画完成
9月	県内事業者向け相談会の実施
9月～10月	県内商品の OTA 掲載
12月～1月	2回目プロモーション（インフルエンサー・メディア情報発信、 広告配信、割引クーポン配布等）
3月	実績報告

## 5 留意事項

- (1) 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。
- (2) 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。
- (3) 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。

## 6 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。

### ・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

提出部数 1部

## 7 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。

## 8 著作権の取扱い

(1) 本仕様書により作成された成果品の全ての著作権は、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。

## 9 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。