

高山市海外誘客プロモーション業務委託仕様書

1 業務の目的・趣旨

新型コロナウイルス感染症による水際対策が撤廃され、訪日外国人旅行者数が増加する中、高山市においても、令和5年3月以降、平成31年・令和元年の同時期と比較し約8割程度※の水準にまで外国人旅行者が回復してきている。

しかし、高山市における主要なインバウンド市場である台湾・香港・タイ（以下「3市場」という。）における旅行者数については、訪日全体の状況と比べて回復が遅れている状況にある。3市場は、特に冬季観光閑散期には、当市の外国人宿泊者数の約半分を占める重要市場であることから、このままの回復の遅れは、冬季の観光関連産業に大きな影響を及ぼすことが見込まれる。

本業務においては、3市場に対する集中的なプロモーションを展開することにより、令和5年冬期から令和6年春期における3市場から高山市への来訪を促進し、力強い旅行需要の回復を図ることを目的とする。

(※)参考

(2019年_2023年4月比)

台湾：訪日全体 ▲27.7%/高山市▲32.5%(2019年客数1位) 香港：訪日全体 ▲21.6%/高山市▲36.8%(2019年客数3位)・タイ：訪日全体 ▲26.6%/高山市▲40.8%(2019年客数2位)

2 委託期間

契約締結の日から令和6年3月29日（金）まで

<スケジュール>（予定）

時 期	項 目
令和5年 11月初旬	契約締結
11月中旬～	広告配信等のプロモーション開始
令和6年 2月28日	〃 終了
令和6年 3月29日	実績報告

※上記は予定であり変更の可能性もある。

3 委託業務の内容

- (1) 業務の名称 高山市海外誘客プロモーション業務委託
- (2) 基本方針

令和5年12月から令和6年3月までの観光閑散期対策として、訪日旅行を取扱う現地旅行社、現地航空会社、オンライントラベルエージェント（以下「連携事業者」という。）等と連携し、各3市場のインバウンド需要の回復状況、航空路線の状況、市場特性、旅行検討タイミング等を総合的に勘案の上、戦略的・効果的な広告キャンペーンを実施することにより、グループ型（高山を含む募集型ツアー参加者）及び個人型（個人旅行パッケージ手配・個別手配（FIT））の旅行者の高山市への来訪増加を図る。

なお、3市場におけるプロモーションは、同時に実施できることが望ましいが、市場特性に応じ時期をずらすことが効果的な場合はその提案を妨げない。

(3) 事業の内容

① 全般

(ア) 実施内容

以下の事業を実施すること。

- a. プロモーションテーマ及びビジュアルの設定
- b. 広告プロモーション

(イ) コンテンツ

各種調査結果等を基として、各市場に対し効果的なコンテンツを用いて訴求すること。また、当該コンテンツは各国の文化、宗教、社会情勢等に配慮したものとする。

(ウ) 言語

事業全体を通し、対象とする市場に応じて現地語で展開することとし、ネイティブライターもしくは同等の言語能力を要するライターを起用し、現地旅行者の視点に立った、自然かつ適切な文書表現とすること。

② プロモーションテーマ及びビジュアルの設定

基本方針を踏まえ、プロモーションテーマ及びビジュアルを設定すること。なお、プロモーションテーマ及びビジュアルの方向性については提案によるものとする。また、プロモーションテーマ等について、3市場共通とするか、または市場毎に異なるものを制作するかについても提案によるものとする。

※提案に際しては、以下のコンテンツの使用も可能とする。

(ウェブサイト)

- ・HIDA TAKAYAMA (英語) : <https://www.hida.jp/english/index.html>
- ・HIDA TAKAYAMA (中国語 (繁体字)) : <https://www.hida.jp/chinese/index.html>
- ・HIDA TAKAYAMA (タイ語) : <https://www.hida.jp/thai/index.html>

(動画)

YouTubeチャンネル「Visit Hida Takayama」

<https://www.youtube.com/@visithidatakayama>

※再生リスト「Hida Takayama」内の動画については動画編集も含めて活用可

(画像)

飛騨高山観光公式サイト フォトライブラリー

<https://www.hidatakayama.or.jp/photo/>

③ 広告プロモーション

3市場において、広告プロモーションを展開すること。なお、3市場全てにおいて連携事業者との協働を必須とする。

(ア) プロモーション手法について

各市場特性やインバウンド需要の回復状況、競合対応等を踏まえ、受託者が戦略的・効果的なプロモーションを実施すること。なお、具体的なプロモーション手法については、提案によることとする。

※想定されるプロモーション例

キャンペーンテーマを活用したウェブページ制作及び広告配信（ウェブページからは、実際の旅行商品等を販売するページへの導線を設定）。旅行関係のウェブサイトや現地旅行会社店舗、訪日旅行も対象としたOTAサイト内等における広告キャンペーンの展開 等。

(イ) 連携事業者におけるプロモーションについて

広告プロモーションの効果を高めるため、3市場全ての連携事業者に対して連携事業者独自のプロモーション（自社媒体によるプロモーションも可）を実施させること。なお、当該プロモーションの規模及び内容については、提案によることとする。この連携事業者によるプロモーション実績については、受託者が当該実績を管理・報告すること。

(ウ) 旅行形態毎のアプローチについて

グループ型（高山を含む募集型ツアー参加者）及び個人型（個人旅行パッケージ手配・個別手配（FIT））の両旅行形態に対するアプローチを実施すること。

a グループ型（高山を含む募集型ツアー参加者）に対するプロモーションについて

高山市を含む団体旅行商品を既に取扱っている現地旅行会社等と連携し、プロモーションを展開すること。なお、高山市内の宿泊施設における宿泊が組み込まれた旅行商品の販売促進をできることが望ましい。受託者及び連携事業者の双方が広告を展開すること。

b 個人型（個人旅行パッケージ手配・個別手配（FIT））に対するプロモーションについて

高山市を含む個人旅行者向けパッケージ商品を既に取扱っている現地旅行会社等と連携したプロモーションや、旅行手配前の情報探索フェーズにある個人客を対象としたプロモーションを展開すること。なお、高山市内の宿泊施設における宿泊が組み込まれた旅行商品の販売促進をできることが望ましい。受託者及び連携事業者の双方が広告を展開すること。

(エ) 広告出稿期間について

原則として11月から2月28日（水）までのうち、少なくとも2ヵ月間以上の間、広告出稿を行うこと。なお、当該期間における断続的な広告の出稿を妨げるものではない。

(オ) 広告効果の最適化

実施期間中に、広告効果を高めるために、広告手法・頻度・デザイン等の柔軟な見直しを図ることとし、見直す場合の具体的な手法について提案すること。最適化について、本事業の委託の費用内において行うこと。

(カ) その他

- a 出稿の細かなタイミング等は市場環境等を踏まえて高山市と十分に協議すること。
- b 対象市場毎に費用対効果を考慮した適切な費用配分での事業提案をすること。
 広告が掲載される場所について、高山市の信用やブランドの毀損となるウェブサイト等への広告掲載は必ず避けること。
- c 連携事業者を含む当該事業実施に際して関係する事業者名及び各事業者の役割について提案すること。

(4) 効果測定・報告について

(3) の業務の実施について、以下のとおり効果測定及び報告を行うこと。

① 期間について

週次・月次・最終報告を基本とすること。

② 測定・報告について

設定したKPI指標及び目標数値に基づき報告期間に合わせた測定を行い報告すること。
また、連携事業者における広告出稿状況等も報告すること。

(5) 事業の成果把握

① 成果指標 (KPI) について

成果指標 (KPI) は以下のとおりとする。

掲出媒体数、接触媒体数 (リーチ数、発行部数等)

※予約ページ遷移後の予約数等、実際の高山市への来訪につながったことが確認できるKPI等について、把握することが可能な場合には提案すること。

② 数値保証について

令和6年2月28日 (水) までに、最低でも以下の数値の達成を保証すること。

内容	目標値
媒体接触数 (※1)	280万 (※2)

(※1) オンラインの場合：リーチ数、オフラインの場合：(雑誌等の) 発行部数

(※2) 各3市場のグループ型及び個人型の旅行者に対して、プロモーションが偏ることがないことを原則とするが、特定市場・特定のターゲットにおいて高山市での宿泊を含む旅行者獲得が見込まれる場合など、集客効果を高めるための合理的な理由がある場合には、この限りではない。

(6) 成果物の提出

事業終了後に速やかに印刷製本したもの1部 (報告書) 及び電子ファイル一式をDVDまたはBlu-rayディスクに複写し、納品するものとする。

① 事業実施報告書

内容は以下に掲げるとおりとする。

- ・施策概要
- ・プロモーション内容
- ・広告運用実績 等

※事業に対する評価・考察（成果のまとめ、課題等）を盛り込んだ事業実施報告書とすること。事業実施報告書は、PowerPoint、Word またはExcel 形式などにおいて二次利用可能な形式にて作成するものとする。

② 電子ファイル

新規に制作したコンテンツがある場合は当該コンテンツ及び修正したコンテンツの全部（完成品のみならず、制作データや素材データも納品すること）

③ 提出期限

令和6年3月29日（金）

4 本業務における一般事項

- (1) 本業務は、本仕様書並びに諸関係法令を遵守し、高山市の指示に従い、受託者は連絡を密にして業務の進捗を図らなければならない。
- (2) 受託者は、本仕様書に基づき業務を遂行するほか、本仕様書に明記されていない事項、あるいは当然補足すべき事項について、高山市と協議の上その指示に従わなければならない。
- (3) 本業務に従事するものは、業務の遂行を十分に成し得る知識と経験を有するものでなくてはならない。
- (4) 受託者は、本業務の遂行上知り得た事項及びその内容を第三者に漏らしてはならない。

5 著作権等

- (1) 成果物等の著作権は、使用分、未使用分に関わらず、高山市に帰属するものとする。受託者は高山市の許可なく、成果物を他に利用、公表、貸与等をしてはならない。委託業務の履行に際し、他の者が著作権を有するものを使用し、問題が生じたときは、委託者に不利益が生じないよう受託者の責任においてこれを処理するものとする。
- (2) 今回の業務において新たに著作権が発生するものについては、その制作に係る経費及び著作権の譲渡に係る費用等も本委託費に含めるものとする。
- (3) 制作物が著作権法（昭和45年法律第48号）第2条第1項第1号に規定する著作物（以下本条において「著作物」という。）に該当する場合には、当該著作物に係る受託者の著作権（著作権法第21条から第28条までに規定する権利をいう。以下同じ。）を当該著作物の引渡し時に市に譲渡する。
- (4) 前項に関し、次のいずれかの者に制作物に係る著作権が帰属している場合には、受託者は、あらかじめ受託者とその者との書面による契約により当該著作権を受託者に譲渡させるものとする。
 - ①受託者の従業員
 - ②本件契約によって実施される業務の一部が再委託される場合の再委託先の法人又はその従業員
- (5) 高山市は、制作物が著作物に該当するしないにかかわらず、当該制作物の内容を受託者（前項に該当する場合にあっては、前項各号に掲げる者を含む。以下同じ。）の承諾なく自由

に公表することができる。

- (6) 受託者は、制作物が著作物に該当する場合において、高山市が当該著作物の利用目的の実現のためにその内容を改変しようとするときは、その改変に同意する。また、高山市は、制作物が著作物に該当しない場合には、当該制作物の内容を受託者の承諾なく自由に改変することができる。

6 支払条件

委託料の支払いは、次のとおりとする。

- ・業務終了時点において、3（5）②の媒体接触数が280万を達成している場合には所定額を支払う。
- ・ただし、最低接触数が280万に達しない場合は、280万に占める未達成の率と同等の割合で、広告出稿に掛かる契約金額を減額の上で所定額を支払う。

7 その他

業務履行にあたり疑義が生じた事項や、この仕様書に定めのない事項については、高山市と受託者で協議の上決定するものとする。

8 問合せ先

〒506-8555 岐阜県高山市花岡町2-18

高山市 飛騨高山プロモーション戦略部 観光課

電話：0577-35-3346 / FAX：0577-35-3167

e-mail:osd@city.takayama.lg.jp