

観光コンテンツの拡充および持続的な販売促進業務委託仕様書

1 件名

観光コンテンツの拡充および持続的な販売促進業務

2 目的

令和7年度に北九州ならではの魅力的な観光資源（自然、文化、食等）を活用した新たな観光コンテンツ（夜間早朝コンテンツ※¹を含む）の造成・販売を開始した。本年度は、当該観光コンテンツの販売基盤の整備および販売促進を図ることで、翌年度以降も持続的な販売と国内外観光客の更なる誘致を目的とする。

※1 夜間早朝コンテンツとは

夜間（日没後から日の出まで）、早朝（日の出から午前10時頃まで）に体験できる観光コンテンツ（ただし、上記時間帯の前後でも夜間早朝コンテンツとして一体の事業と判断できる場合も含む）

3 業務内容

北九州市に多く訪れている韓国、台湾、香港市場をターゲットに、令和7年度に造成した夜間・早朝コンテンツを有効に活用し、B t o C（個人観光客向け）及びB t o B（当該市場に所在する旅行会社等向け）プロモーションを行うこととする。

(1) 観光コンテンツの磨き上げおよび新たな観光コンテンツの造成・販売整備

令和7年度に造成した観光コンテンツについて、個人旅行の目線をもって磨き上げを行うとともに、新たな観光コンテンツを2コンテンツ以上選定し商品造成・販売を行うこと。なお、個人旅行向けに販売可能な商品については、対象市場向けのO T Aサイトに掲載し、団体向けに販売可能な商品については、セールスツールの作成等をそれぞれ必要に応じて行うこと。具体的な内容は、事業者からの提案とする。

ア 旅行商品の造成数や販売数に関するK P Iを示すこと。この時、各市場の送客人数を分けて示すとともに、実現可能性のあるK P Iを示すこと。なお、K P I達成について随時進捗確認を行い、未達が予測された時点で、提案内容に加えて新たな手法を検討、提案すること。

イ 一過性の販売にとどまることがないように、旅行商品の自走化につながる提案とすること。

ウ 選定する旅行会社及びO T Aについて、社名、選定理由を明記すること。なお、実際の実施にあたっては、委託者と協議の上決定すること。

エ その他提案内容に応じたK P Iを設定すること。

(2) B t o Cプロモーション

各市場からの誘客促進を目的として、SNS等を活用し個人旅行者向けプロモーションを実施する。その際、昨年度作成したLPに関しても何らかの形で活用すること。具体的なプロモーション手法は事業者からの提案とするが、以下の点に留意のうえ提案すること。なお、ターゲット市場のうち1市場を選択しプロモーションすること。市場選定にあたり、コンテンツ分析やニーズ分析等を行い、市場の選定理由を明記すること。

- ア 各市場からの送客実績の把握が可能なプロモーションであること。なお、当該プロモーションによって得られた送客数の把握が困難な場合は、推計値を用いることも可とする。また、推計値を用いる場合は、推計値の算定に用いた根拠もあわせて記載すること。各市場の送客人数を分けて示すとともに、実現可能性のあるKPIを示すこと。なお、KPI達成について、随時進捗確認を行い、未達が予測された時点で、提案内容に加えて新たな手法を検討、提案すること。
- イ ウェブサイト等を活用する場合は、SEO対策を講じること。
- ウ その他提案内容に応じたKPIを設定すること。

(3) B to Bプロモーション

ターゲット市場における旅行客の誘致を目的として、現地旅行会社及び国内ランドオペレーターに対するプロモーションを実施する。具体的なプロモーション手法は受託者からの提案とし、提案内容に応じて実現可能性のあるKPIを設定すること。また、KPI達成について、随時進捗確認を行い、未達が予測された時点で、提案内容に加えて新たな手法を検討、提案すること。なお、ターゲット市場のうち2市場を選択しプロモーションすること。市場選定にあたり、コンテンツ分析やニーズ分析等を行い、市場の選定理由を明記すること。

※ (1)、(2)、(3)の業務に関する留意事項

- ア 個人旅行手配が相対的に多いという旅行実態を踏まえ、B to Cプロモーションに比重を置いた予算配分とすること。
- イ 実施スケジュールを挙げて提案すること。
- ウ 上記(1)、(2)、(3)で制作した広報物を活用した横展開も合わせて提案すること。
例えば日本政府観光局(JNTO)が持つオウンドメディア(SNS等)での情報発信やJNTOが実施するイベント等での横展開など、具体的な展開手法を提案すること。
- エ 契約締結後は受託者において連携事業者との各種調整を行うことを前提としていることから、実現可能性のある提案とすること。また、契約後は現地での言語でのやりとりを可能とすること。
- オ 本業務とは別に委託者が実施するプロモーションにおいても、本事業と有効な連携を図ることを念頭に置きながら本業務を進めること。
例) 令和8年度 韓国・台湾市場に対し誘客プロモーション事業を実施予定。

(4) 自由提案

上記（１）、（２）、（３）に加え、各観光コンテンツの認知度向上・誘客につながる効果的なプロモーションを予算内で提供すること。その際、提案内容に応じて実現可能性のあるKPIを設定すること。また、KPI達成について、随時進捗確認を行い、未達が予測された時点で、提案内容に加えて新たな手法を検討、提案すること。

（５）効果検証

（１）、（２）、（３）におけるプロモーションを通じ、旅行者や旅行会社のニーズを把握し、各市場による独自の目線から課題ごとにまとめ、ニーズ分析（ウェブページ閲覧者へのアンケート実施等、SNSへのコメント内容など）を行い、今後のプロモーションのあり方を含めた具体的な改善提案を示すこと。また、分析結果の元となるデータ（日本語翻訳分）も合わせて提供すること。

（６）報告書作成

業務完了後速やかに報告書を提出すること。なお、同報告書には、各業務を実施したことが証明できる書類及び写真等を添付するほか、（５）の効果検証や今後のプロモーションのあり方を含めた具体的な改善提案について記載すること。

種類等：紙媒体 １部、電子データ一式

提出先：北九州市

（７）その他

- ・ 契約締結にあたっては、北九州市契約規則等に則るものとする。
- ・ 事業実施に際しては、感染症や国際情勢の影響を考慮しながら、国や県の動向等もふまえ実施内容及びスケジュールを調整するほか、状況等によっては、契約締結後に連携都市から事業内容、契約金額及び事業期間等を変更する可能性があるため、受託者は柔軟に対応すること。
- ・ 上記以外で、本業務実施のために必要な業務は、受託者決定後に委託者と受託事業者が協議の上決定する。
- ・ 各業務にかかる一切の経費（会場費、招請費、掲載費、調整費等）は、全て委託費に含むものとする。

4 業務体制および事業実績

実施計画や実行体制、人員の配置、全体スケジュール、個人情報管理など、実効性のある事業遂行体制を提案すること。また、本業務全般について、国や地方自治体、民間企業等における同種業務に携わった実績がある場合は、その内容について支障のない範囲で記載すること。

5 委託契約期間

契約締結日から令和9年3月19日（金）まで

6 業務にかかる委託料上限額

上限10,000,000円

※国内事業者：消費税及び地方消費税相当額を含む

※海外事業者：所在する国または地域で支払いが必要な税を含む

7 成果品の納品について

(1) 成果品

①報告書（1部）

②報告書（電子データ一式）

(2) 納品期日

令和9年3月19日（金）

※早期納品が可能な場合は、早期検収を受け付ける。

(3) 納品方法

郵送、持参、メールなど

(4) 納品場所

北九州国際観光推進協議会が指定する場所

8 その他

(1) 事業に係る細部については、受託候補者決定後、委託者と受託候補者で協議の上、決定する。

(2) 事業の実施にあたっては、業務のスケジュールを提出し、そのスケジュールに沿って事業を進めること。

(3) 仕様書に記載のないものについては、委託者と受託候補者で協議の上、決定する。

(4) 本業務における成果物等のデータの著作権は、委託者に帰属する。

(5) 本業務の委託契約書は日本語で契約する。翻訳等が必要な場合、経費は事業者の負担とし、委託事業の経費には含めない。

(6) この契約に定める委託費の支払いに用いる通貨は、日本円とする。

(7) 責任者及び連絡担当者を明確にし、変更する場合は委託者の承認を得ること。

(8) 業務の一部を再委託する場合は、委託者に書面にて承諾を得ること。

(9) 本業務の実施のために必要な第三者の著作権・肖像権については事前に許諾を取得すること。特別な報告がない場合には問題がないものと認識し、以後何らかの問題が発生

した場合には受託者の責任において対処すること。