

令和4年度長崎県観光プロモーション業務委託仕様書

1. 業務名称 令和4年度長崎県観光プロモーション業務

2. 業務の目的

本年9月の西九州新幹線の開業を契機として、関西以西の新幹線沿線及び近郊エリアの居住者に対し、デジタルプロモーション等を実施し、新幹線を利用した観光誘客を促進する。また、あわせて、今後実施が予定されている全国を対象とした旅行支援等の枠組みを活用した旅行促進キャンペーン（以下、「全国旅行支援キャンペーン」という。）を利用した本県への観光需要を喚起するため、首都圏を中心とする全国各地の居住者に対し、マスメディアやデジタルメディア等の各種メディアを利用したプロモーションを実施し、長崎県の観光情報とその魅力を広く発信する。

なお、近年のコロナ禍における環境変化に伴い、旅行者に少人数旅行や密を避ける観光、リラックスを求める旅等の傾向がみられることから、上記プロモーションの実施にあたっては、本県の観光情報の発信にとどまらず、観光素材を再認識し、新たな価値を感じてもらえるような内容で実施するものとする。

3. 事業期間

契約締結日から令和5年3月10日までとする。

4. メインターゲット

- ・年齢、世代／Y世代（26～41歳）、X世代（42～62歳）
- ・関心層／旅行意欲の高い層、旅行検討層

※本県への旅行に興味関心がある層はもとより、旅行の意欲はあり検討はしているが、旅行先が決まっていない、または長崎を旅行先として検討していない層に本県が候補地となるよう認知向上が期待できるターゲットを選定すること。

5. 業務内容

(1) 西九州新幹線を活用したデジタルプロモーション及びマイクロツーリズムデジタルプロモーション

①概要

- ア) 関西圏・中国圏においては、西九州新幹線の利用による誘客促進を目的するデジタルプロモーションを実施すること。また、西九州新幹線を利用し、本県へ旅行するイメージを訴求すること。
- イ) 九州・山口においては、西九州新幹線だけでなく、自家用車やレンタカーを利用した近隣エリアでの旅行（マイクロツーリズム）のイメージも併せて訴求すること。

②ターゲットエリア

- ・関西圏：滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山県
- ・中国圏：岡山県、広島県、山口県
- ・九州圏：福岡県、佐賀県、熊本県、大分県、鹿児島県

※エリアについて、追加・排除を提案することも可とするが、その場合、根拠を明示すること。

③プロモーション期間

令和 4 年 11 月から令和 5 年 2 月まで（可能な限り早く開始）

④プロモーション実施内容

ア)効果的な WEB 広告の企画・出稿

ターゲットに対して効果的にアプローチするため、リーチと質を重視した最適な媒体を選定すること。また、WEB 広告等の広告投下の配分についても、データ等根拠をもとに提案すること。

イ) 広告配信対象コンテンツ

- a) ながさき旅ネット内の既存コンテンツ（特集やモデルコース、#ナガサキタビブの記事等）

※西九州新幹線関連については、下記の URL を利用すること。

<https://www.nagasaki-tabinet.com/feature/shinkansen>

- b) 長崎県観光連盟が所有するプロモーション動画

- ・「深呼吸、しよう、長崎で」
- ・「好奇心の島々へ。」
- ・「今旅したい・撮りたい長崎」等

- c) SNS プロモーショングループ等（以下、「SNS グループ」という。）とのタイアップで制作するランディングページ（以下、「LP」という。）

※詳細は下記（1）⑤より

ウ) プロモーションスケジュールおよび活用コンテンツ

- ・プロモーション前期：令和 4 年 11 月～12 月
活用コンテンツ：(1) ④イ) の a) 及び b)
- ・プロモーション後期：令和 4 年 12 月～令和 5 年 2 月
活用コンテンツ：(1) ④イ) の a) 及び b)、c)

⑤SNS グループとのタイアップによるプロモーション

SNS（Instagram 等）のコミュニティーにて、旅行や写真、カメラなど旅行意欲の喚起に影響力があると思われる共通の趣味・関心をもつグループ等とタイアップし、県外の観光客目線で情報発信を行うこと。

ア) SNS グループ等の選定

効果的な情報発信が期待できるコミュニティーとする。人数やグループの規模・形

態は問わない。

イ) 写真・動画撮影

- ・県内各地を訪問し、県外の観光客目線による本県の魅力や観光素材を写真や動画で撮影をすること。
- ・撮影した写真・動画は長崎県観光連盟公式 Instagram「@ngs_kanko_officail」のタグ付けや効果的なハッシュタグを用いたうえで SNS グループや撮影者本人等の SNS に投稿を行うこと。
- ・訪問場所や投稿数については下記のとおりとする。なお、訪問場所等の詳細については、受託候補者決定後、長崎県観光連盟と受託候補者との協議のうえ決定する。

■SNS 等の投稿について

訪問場所数：5 エリア（離島エリアを最低 1 エリア以上含むこと）

※1 エリアにつき 5 か所以上の訪問とする。

投稿数：1 か所につき 1 投稿以上

訪問スケジュール：下記 (1) ⑤ウ) の LP の制作に間に合うように 4 エリア以上は訪問すること。

※令和 5 年 1 月 22 日～2 月 5 日の期間中に開催されるランタンフェスティバルの様子を撮影し、SNS に投稿をすること。

- ・人物を撮影する場合には、必要な肖像権等の処理を行うこと。また、撮影に際し、使用料、出演料、謝礼金等の費用が発生した場合は、受託者の負担とすること。また、現地でのアテンド等の対応についても受託者で行うこと。
- ・撮影した写真・動画、これらに係るキャプション（テキスト）については、第三者肖像権、プライバシー権等の一切の権利関係の処理を全て受託者の責任と負担で行い、著作権が何ら問題を生ずることなく完全な状態で長崎県観光連盟に帰属するよう措置を行うこと。
- ・撮影した写真・動画等を、(1) ④ア) 効果的な WEB 広告の企画・出稿や WEB メディアなどの媒体とのタイアップに活用することは妨げない。

ウ) 特設サイトの制作

- ・(1) ⑤イ) で撮影した写真・動画また、SNS の投稿に活用したコメント等を活用し、本県の食や観光スポット等の魅力を発信する LP を制作すること。
- ・LP の制作は 12 月中の完成を目指し、完成後速やかに本プロモーションに活用すること。
- ・LP はパソコン及びスマートフォンに適した表示ができる仕様とすること。
- ・ビジュアル等により、閲覧者に興味・関心を持たせるデザインで、旅行意欲を喚起するような内容であること。

- ・ Microsoft Edge や Google Chrome、Safari 等の一般的なブラウザで支障なく閲覧可能なものとする。
- ・ ユーザビリティを考慮し、表示速度や見やすさを意識した構成とすること。
- ・ 長崎県観光連盟が指定する Google タグマネージャーを設定すること。
- ・ 長崎県観光連盟が運営する「ながさき旅ネット」への回遊性を高めるために、LP のヘッダーやフッターに「ながさき旅ネット」のロゴ及び、主要カテゴリ（スポット、モデルコース等）のナビゲーションを設置すること。
- ・ LP 設置にあたっては長崎県観光連盟が指定した業者にアップロードファイル一式を納品し、アップロード作業の依頼を行うこと。納品に係る費用は、本事業に含めるものとする。

エ) WEB メディア・マガジンを活用した展開

本プロモーションのターゲットを踏まえ、以下の 3 つに分けた訴求層に向け、効果的な WEB メディア・マガジンを選定し、本県における観光の魅力訴求する記事制作を行い、情報発信を行うこと。

a) 訴求層：富裕層／旅行関心層／女性層

b) 掲載記事数：媒体は 3 媒体以上、記事は 5 記事以上とする。

- ・ 記事の情報量は 1 記事につき、A4 サイズの誌面 2 ページ程度とする。

※情報量の目安（A4 サイズ誌面 1 ページを想定）：写真 3～5 点、テキスト：500 字以上 1,000 文字程度

c) 掲載する WEB メディア・マガジン毎に、訴求層及び訴求するテーマやコンセプトなどを提案すること。

d) 掲載された各記事の閲覧・PV 数などを獲得するための施策や工夫（ブースト広告やニュースサイト等の掲載等）を行うこと。

⑨予算額

28,000,000 円（消費税及び地方消費税を含む）を上限とする。

(2) 全国旅行支援キャンペーンプロモーション

全国旅行支援キャンペーンの実施期間において、全国を対象にプロモーションを実施し、全国旅行支援キャンペーン及び長崎県の観光情報やその魅力を数多く露出させることにより、長崎県の観光情報の接触機会を増大させ、長崎県への誘客を図る。

①プロモーション展開の企画と提案

同時期に全国で同様の事業が実施されることを念頭に、本県の全国旅行支援キャンペーンの利用促進を図るため、デジタルメディアやマスメディア、WEB 広告等を用いた効果的なプロモーションについて、その内容及び方法を提案すること。

※全国旅行支援キャンペーンプロモーションにおけるターゲットについて、根拠と

なるデータをもとに提案すること。

※「西九州新幹線を活用したプロモーション及びマイクロツーリズムデジタルプロモーション」を活用した展開（内容の拡充等）の提案も可とする。その場合、予算を区分して計上すること。

※割引券やプレゼントの配布等、割引・懸賞を含む提案は不可とする。

②プロモーション期間

令和4年11月から12月まで

※ただし、実施期間等の詳細については、全国旅行支援キャンペーンの開始時期及び期間等を踏まえ、契約時に長崎県観光連盟と受託候補者とが協議の上、決定する。

③予算額

16,500,000円（消費税及び地方消費税を含む）を上限とする。

※全国旅行支援キャンペーンプロモーションの実施については、全国旅行支援キャンペーンが開始していることを前提とするため、全国旅行支援キャンペーンが開始されない場合、(2) 全国旅行支援キャンペーンプロモーションは実施しない。

(3) 効果測定

効果測定は、下記①②を実施すること。したがって、提案するプロモーションには、①②を測定できる内容とすること。

①プロモーションの効果測定に際しては、リーチ数・クリック数・クリック率・コンバージョン・コンバージョン率等をもとにした事前予測と、ブランドリフト調査・サーチリフト調査をはじめとし、来訪計測などの工夫を実施すること。

②WEBメディア・マガジンを活用した展開にて、使用したWEBメディア・マガジンに掲載した記事のPV数や滞在時間、記事閲覧者の属性等、効果測定レポートを提出すること。

(4) 報告会の実施

①プロモーション等の実施状況については、毎週最低1回メールで報告をすること。また、ひと月に1回程度WEBにて定例会を開催し、PDCAを効果的に回すために、協議を行うこと。

②すべての業務終了後、最終的なプロモーション結果について、報告会を実施すること。

6. 事業の運営・管理

- (1) 受託者は、本事業が効率的かつ適正に実施されるように、全ての工程における運営管理（各作業の進捗状況の把握、委託者への状況報告等）を徹底すること。
- (2) 運営管理を行う者は、十分なコミュニケーション能力を持つだけでなく、適切な課題解決策や方法等を提案でき、実績や知見、新たな発想等に基づいて円滑且つ確実に事業を推進できる能力を有すること。
- (3) 本事業に携わるスタッフの作業分担と作業量を適切に把握・管理し、計画の遅れが

生じるなど、課題・問題等が発生した場合は速やかに原因を調査し、体制の見直しを含む対応策を提示し、委託者の承認を得た上で、これを実施すること。

7. 成果品の提出

- (1) 業務完了後、デジタルプロモーションの実績やプロモーション効果を検証した報告などを取りまとめた「業務完了報告書」及びこのデータを格納した電子媒体を1部提出すること。
- (2) 活用した宣伝資材のデータを格納した電子媒体を1部提出すること。

8. 成果物の帰属及び秘密保持

- (1) 本業務により得られた成果品（映像、画像を含むの著作権、所有権、利用権）は、無償で長崎県観光連盟に帰属するよう整理すること。また、事前の連絡なく加工及び二次利用できるものとする。著作権者人格権については行使しないこと。
- (2) 成果品については、第三者の知的財産権を侵害していないことを保証すること。
- (3) 秘密保持
 - ①本業務に関し、受託者から長崎県観光連盟に提出された提案書等は、本業務における契約予定者の選定以外の目的で使用しない。
 - ②本業務に関し、受託者が長崎県観光連盟から受領又は閲覧した資料等は、長崎県観光連盟の了解無く公表又は使用できない。
 - ③受託者は、本業務で知り得た長崎県観光連盟、長崎県及び事業者等の業務上の秘密を保持すること。契約期間終了後も同様とする。

9. 個人情報の保護

受託者は、本業務を行うにあたって個人情報を取り扱う場合には、その取扱いに十分留意し、漏えい、滅失及び毀損の防止その他個人情報の保護に努めること。

10. 再委託

本事業の再委託については承諾するが、事前に書面にて、再委託先の業務内容、再委託先の概要及び体制と責任者を報告すること。但し、事業を推進するための打合せ窓口は代表受託者とする。

11. その他

受託者は、本業務の実施にあたって、不明瞭な点や改善の必要があると認められる場合は、長崎県観光連盟と協議すること。