

平成 28 年度タイ市場向け来札促進プロモーション業務 提案仕様書

1 実施主体

札幌市国際観光誘致事業実行委員会

2 業務の名称

平成 28 年度タイ市場向け来札促進プロモーション業務

3 業務の目的

タイ国民に関心の高い札幌・北海道の魅力を、招請事業とメディアを活用した情報発信により、その旅行需要を喚起することで、札幌への誘客を図ることを目的とする。

4 業務委託期間

業務委託期間は、契約締結日から平成 29 年 3 月 31 日までの間の所定の日とする。但し、所定の日はプロモーションの内容に応じ、委託者が定める。

5 予算規模

本業務の上限は 11,000 千円（消費税及び地方消費税を含む。）とする。

6 業務内容

業務目的の達成に必要な各種事業の実施に係る一切の業務とする。なお、本業務は前年度実施の「SAPPORO 60 DAYS REPORT」企画（以下、「前年度企画」という。）の発展版として行い、業務の詳細については下記(1)～(7)を押さえたものとする。

(1) 対象国

タイ

(2) 実施場所

招請事業については札幌市内の滞在を基本とし、広告及びイベントなど現地の特定の場でプロモーションを実施しようとする場合は、タイ・バンコクにおいて実施することを基本とする。なお、招請事業において、観光行政上で連携している都市等に1泊程度滞在させることを妨げない。

(3) 実施時期

業務委託期間中、2月末日までに実施することを基本とする。

(4) 招請事業の実施運営

ア 札幌・北海道の新たな魅力を開拓し、タイ現地へ発信していく、タイ人の「札

幌アンバサダー」2名以上の募集、選定、招請、滞在支援、活動支援を行う。

イ 札幌アンバサダーを、効果的なプロモーションに必要な一定以上の期間札幌に滞在させ、下記(5)~(6)に定める札幌・北海道のプロモーションを行う。

(5) 現地 TV 番組「DAISUKI SAMURAI JAPAN」(以下、「DSJ」という。)内の放送及び DSJ とのタイアップ

ア アンバサダーのレポートによる取材を実施の上、DSJ 内の札幌・北海道観光情報コーナーとして放送する。なお、放送の時期・回数・時間については、他メディアとの組み合わせも含めターゲットに対して効果的に訴求できるものとする。

イ 制作・放映した映像については、DSJ の公式 YouTube チャンネル内に掲載する。また、前年度企画の映像も含め、継続した企画としてアーカイブ化していける仕組みを構築する。

(6) その他のメディア等によるプロモーション

ア DSJ での放送とともに、他のメディアやイベント等での情報発信を組み合わせ、プロモーション効果の最大化を図る仕掛けを講じる。但し、SNS の活用は必ず盛り込むものとする。

(7) 実施結果の報告

3月中旬の指定の期限までに、実施概要、実施結果及び効果(実施により得られた送客効果やプロモーション効果、二次的な効果等。)を取りまとめ、報告するものとする。報告は、画像や図表、数値データを用いて、できる限り分かりやすく行う。

7 企画提案を求める事項

以下の項目について、企画提案書を作成するものとする。なお、提案にあたっては、統計情報や各種調査レポート、自社の業務実績など、できる限り客観的なデータを用いた説明に努めるものとする。

(1) タイの海外旅行動向及び訪日旅行需要

ア タイにおける海外旅行動向(旅行シーズンや人気の目的地、旅行を志向する年齢層や所得層、旅行形態など)や訪日旅行需要(旅行の目的地や動機、滞在日数など)について考察し、訪日及び来道・来札旅行市場に対する解釈を示すこと。

(2) 札幌・北海道の魅力を訴求するターゲット及び誘客見込シーズン

ア 上記(1)を考慮し、札幌・北海道の魅力をどのような層に対し発信していくか、主たるターゲットを示すとともに、そのターゲットを特定した理由を示すこと。

イ 本業務により誘客を見込む時期とその考え方を明示すること。

(3) ターゲットに発信する主な札幌・北海道の魅力

ア ターゲットに対し、どのような札幌・北海道の魅力を発信するか、その魅力がターゲットに対して訴求力があると見込む理由と併せて示すこと。但し、前年度企画において発信した魅力を踏まえた上で十分検討すること。

イ 前年度企画において発信した魅力と本業務で発信する魅力との間に関係性がある場合は、関係について説明すること。

(4) 具体的なプロモーション等の内容

ア 組み合わせられるプロモーションの全体像、関係性及び相互作用について分かりやすく提示するとともに、それを選定した理由を示すこと。

イ 前年度企画からの連続性及び発展性を十分検討したものとし、単年度事業の枠に留まらないプロモーション効果を生み出す仕掛けや仕組みを盛り込んだ提案をすること。また、今後の継続を見据えた提案とすること。

ウ 札幌アンバサダーの選定、招請等に係る具体的な計画を示すこと。

エ DSJ とのタイアップ体制及び具体的な放送計画を示すこと。

オ 映像をアーカイブ化する仕組みについて示すこと。

カ その他実施する広告・プロモーション等の具体的な内容を示すこと。また、広告・プロモーションの種別に応じて、デザイン、キャスティング、キャラクター、グラフィック等をできる限り明らかにすること。

キ プロモーション等と併せ、実際の誘客につなげていく仕掛けについても提案されることが望ましい。

(5) 効果測定

ア 当該プロモーション等の有効性を測る事業指標及び成果指標を設定し、それぞれの目標値を示すこと。特に、アンバサダー滞在中の情報発信における指標は必ず盛り込むこと。

イ 当該事業指標及び成果指標の具体的な測定方法及び測定時期を示すこと。

ウ 当該業務に基づく波及効果の測定について提案がある場合は、波及効果の内容（指標）、測定方法、測定時期及び目標についても示すこと。

(6) 実施体制及び実施スケジュール

ア 業務体制（人員体制を含む。但し、必ずしも氏名を明示する必要はない。）並びに業務の総括責任者及び各パートの責任者の役職及び実績を示すこと。

イ 提案者及び業務体制を構成する事業者の会社概要並びにこれまでの類似業務の実施実績を示すこと。

ウ 準備及び効果測定を含めた業務スケジュールを示すこと。

エ 次年度以降、継続的・発展的に広告・プロモーション等を行う提案がある場合は、その有効性と想定事業を示すとともに、次年度以降の実施スケジュールを示すこと。

すこと。

(7) 見積もり

ア 業務の実施に必要な経費の総額及び内訳を明らかにした見積を示すこと。

8 評価項目

企画提案の内容は、『平成28年度タイ市場向け来札促進プロモーション業務公募型プロポーザル実施要領』中、「6 契約候補者の選定方法」に定める評価委員会において、提案内容の優劣に応じて段階的に点数を付与する方法により評価するものとし、その場合の評価項目は、次のとおりとする。

評価項目	評価内容	配点
対象分析的的確性 (7-1) 関係)	対象国における旅行動向、旅行需要の分析が適切であるか。	10
訴求物等の妥当性 (7-2)、(3) 関係)	ターゲットや訴求物、誘客を見込む時期に明確な根拠があり、妥当であるか。また、効果的な関連性が認められるか。	20
手法・内容の評価 (7-4) 関係)	広告・プロモーションの手法は、ターゲットに効果的に訴求できるものであるか。	20
	コンテンツは、媒体等の特性を活かし、かつ、札幌の魅力を十分に伝え、旅行需要喚起につながる内容となっているか。	20
	先駆性や斬新さに加え、相乗効果や実際の旅行行動につながる仕掛けなどの創意工夫があるか。	20
	前年度企画や今後の継続を踏まえた仕掛けや仕組みが盛り込まれており、発展性のある内容となっているか。	20
効果・目標の妥当性 (7-5) 関係)	広告・プロモーションの効果の指標が適切であり、目標の設定が妥当であるか。	20
体制・計画の適否 (7-6) 関係)	業務を遂行するための適切な業務体制及び人員確保がなされ、確実に遂行し得るスケジュールになっているか。	10
経費の妥当性 (7-7) 関係)	提案内容に対して積算額が妥当であるか。	10

9 成果物の著作権

- (1) 受託者は実行委員会に対し、当該業務の実施に係る成果物（以下、「本著作物」という。）に関連する著作権（著作権法（昭和45年法律第48号）第27条及び第28条に規定する権利を含む。）を、譲渡するものとする。
- (2) 受託者は、成果物に関する著作人格権を、委託者又は受託者が指定する第三者に対して行使しないものとする。
- (3) 受託者は、実行委員会に対し、受託者が本著作物を創作したこと及び第三者の著作権、著作人格権及びその他特許権、商標権を含むいかなる知的財産権を侵害する者でないことを保証する。

- (4) 本著作物の利用について、第三者から権利侵害の訴えその他の紛争が生じた時は、受託者は、自己の費用及び責任においてこれを解決するものとし、かつ、委託者に何らかの損害を与えたときは、その損害を賠償するものとする。

10 その他

この仕様書に定めのない事項及び業務遂行上疑義が生じた場合は、その都度委託者に協議の上、処理することとする。

以上