

「首都圏から仙台へのインバウンド誘客促進事業」 仕様書

1 委託業務の名称

首都圏から仙台へのインバウンド誘客促進事業

2 委託期間

契約締結の日から令和9年2月28日（日）まで

3 委託業務の目的・概要

日本政策投資銀行の調査によると、インバウンドの東北の認知度は北海道と並ぶ42%である一方、訪問意向は16%と訪問意向度は低い傾向にある。国別に本市の認知度をみると、アジア圏は21%であるのに対し、欧米豪は4%と極めて低い。

訪日経験が増えるごとに東北への訪問の頻度があがること、滞在日数の長い旅行者ほど旅ナカで行き先を決める人が多いことから、訪日旅行者がもっとも多く訪れる首都圏にいるインバウンド旅行者の獲得を目的とし、首都圏からの仙台市への誘客及び市内・東北エリアの周遊促進を図るため、首都圏エリアにおける駅たびコンシェルジュを活用したプロモーション、ジオターゲティング広告等のデジタル施策、首都圏の視認性の高い拠点を活用したプロモーションを実施する。

4 業務内容

(1)～(4)の業務内容について、下記に留意しながら実施すること。

- ・メインターゲット：欧米豪を中心とした長期滞在インバウンド旅行者
- ・サブターゲット：アジア圏をはじめとするその他地域旅行者

(1) 首都圏における駅たびコンシェルジュ等を活用したプロモーション

① 実施場所

首都圏の駅たびコンシェルジュ4か所

(成田空港、空港第2ビル、羽田空港、新宿(新南口))

② 実施時期

令和8年7月～令和9年1月までを最大とし、予算ならびに空き状況に応じ調整を行うこと。

なお、欧米豪がよく訪れる7月～10月はプロモーション必須の時期とする。

③ 実施内容

- ・JR EAST PASS、JAPAN RAIL PASS等仙台市が利用可能エリアに含まれるインバウンド向け鉄道パス配布時に、本事業で作成するクーポンブックを配布すること。

- ・クーポンブック配布時に SENDAI・TOHOKU パンフレットを配布すること。
 - ・店舗内の装飾等を活用し、仙台・東北を広く認知するような施策を講じること。
 - ・成田空港においては、ガラス面装飾、壁面装飾を行い、多くの人が認知するような施策を講じること。
 - ・鉄道パス配布時にあわせて配る乗車券袋を制作し、JR EAST PASS、JAPAN RAIL PASS 等インバウンド向け鉄道パス、東北行の個札購入者に対し、本キャンペーンの周知物とあわせ、窓口対応時に配布すること。
 - ・ポスターの掲示（1店舗あたり2枚程度）を行うこと
 - ・JR EAST PASS、JAPAN RAIL PASS 等インバウンド向け鉄道パス配布窓口付近へのキャンペーン告知カードの設置を行うこと。
 - ・インバウンド対応時に、業務に支障の出ない範囲で仙台・東北の観光情報を案内すること。
- ※案内内容の詳細な統一や対応量の担保までは求めない
- ・インバウンド向け鉄道パス引換証（E チケット）に、特典配布に関する二次元コード付き広告を掲載すること。

④ その他

- ・デザイン費等を除いた駅たびコンシェルジュ関係事業全体予算は、10,000千円を目安とする。
- ・駅たびコンシェルジュの運営事業者（株）JR 東日本びゅうツーリズム&セールス）と必要な調整を行うこと。

（２） オンラインを活用したプロモーション

① デジタル広告の実施

- ・首都圏に滞在中の欧米豪を中心としたインバウンド旅行者を主な対象として、ターゲティング広告等を配信し、旅ナカにおける仙台・東北の魅力発信、周遊キャンペーン（クーポンブック配布）の情報を発信すること。
 - ・広告接触者に対する周遊キャンペーン（クーポンブック配布条件）については、発注者と協議のうえ、クーポンブック配布を行う現場運用が過度に煩雑とされない確認方法（広告画面提示等）を採用すること。
 - ・広告誘引先となる LP は、発注者と協議のうえ作成することとし、原則として英語で作成すること。
- ※必要に応じて他言語対応について協議可能とする
- ・広告および LP は、キャンペーン情報及び観光情報を効果的に伝える内容とし、時期・ターゲット・訴求テーマに応じて適宜更新すること。

- ・配信期間中は、広告内容・媒体・配信対象・LP への誘導状況等を分析し、発注者と協議のうえ改善を行うこと。

② 仙台市内での引換対応

- ・ウェブ広告をみて、仙台に来たインバウンドに対し、クーポンブックを配布すること。
- ・配布先については、仙台駅近郊とし調整、提案を行うこと。

(3) インバウンド旅行者に視認性の高い場所でのプロモーション

- ・欧米豪のインバウンド旅行者が多く訪れる時期に、駅たびコンシェルジュを活用したプロモーションを行う**新宿駅**において、駅空間全体を活用した面的な露出強化を図る“ジャック”する形で周知・広報を集中的に実施し、本事業の認知拡大を図ること。実施箇所・内容については、受注者側で提案のうえ、発注者と協議のうえ決定すること。なお、新宿駅に加えて、他の駅等で同様の取り組みを行うことも妨げない。
- ・首都圏の長期滞在のインバウンド旅行者が多く泊まるホテル等にて、本事業の周知広報を実施するよう努めること。

(4) クーポンブックの作成

- ・東北各主要駅等で使えるクーポンを含んだクーポンブックを作成すること。なお、クーポンについては、東北各主要駅ビルでの使用や飲食店、体験施設での使用を想定しており、受注者側での調整に加え、発注者にて駅ビル運営会社や飲食サイト運営者等に相談を実施しているため、受注者は受託後、当該事業者等と発注者とともに運用等の調整を行うこと。
- ・クーポンブック掲載施設の調整にあたっては、周遊パスを活用し仙台から日帰りで行けるところを多く掲載するなど仙台市内の宿泊につながるよう調整を行うこと。あわせて、市内宿泊に繋がる可能性の高い、早朝やナイトコンテンツを数多く掲載するよう努めること。
- ・クーポンブックについては、電子クーポン・紙クーポンどちらでもかまわないが、電子でつくる場合であっても窓口で配布可能な使用方法や対象箇所等を記載したチラシのようなものを作成すること。また、不正防止策を講じ、使用した人の動きがわかるように努めること。
- ・クーポンブックのデザインや記載事項については本市と協議のうえ決定すること。
- ・特典原資は、参加事業者におけるクーポンの使用実績に基づき、月次で集計・精算を行うものとする。
- ・特典原資については、10,000 千円で計上すること。

(5) 事務局の設置

- ・インバウンド及び参加事業者からの問い合わせ対応のため、事務局を設置すること。
- ・原則として英語対応が可能な体制とし、対応時間はプロモーション開催中の10時～16時（土日祝含む）を基本とし、参加事業者からの日本語での電話対応、インバウンド旅行者からのメールでの問い合わせ対応を想定する。なお、詳細については受注者提案に基づき発注者と協議のうえ決定する。
- ・駅たびコンシェルジュ向けのマニュアルを作成し、問い合わせ対応を行うこと。

(6) 進捗管理・効果評価

- ・事業開始時に年間スケジュール（事業計画書）を提出すること。
- ・月1回以上の協議及び月2回以上の進捗報告を行うこと。なお、打ち合わせ終了後は、議事録を作成のうえ、共有すること。
- ・効果検証のため、受注者側で適切なKPIを設定し、その根拠を示すこと。
- ・アンケート調査を実施し、必要に応じてギブアウェイを用意すること。
- ・本事業終了後、総括および今後の情報発信戦略を提案すること。

(参考) 目指すべき指標（案）について

	目指す効果目標 (アウトカム)	
駅たびコンシェルジュでのPR	窓口対応数	60,000件
	仙台・東北の周遊者数 (クーポンブックを利用し、仙台市内または東北エリアにおいて1箇所以上の観光・消費行動を行った者を指す。カウント方法は、クーポン利用実績およびアンケート結果を基に算定する)	3,000人
オンラインを活用したプロモーション	リーチ数 オンライン施策をきっかけとしたクーポンブックの配布数	500,000以上
	オンライン施策をきっかけとしたクーポンブックの配布数	1,000件

インバウンド旅行者に視認性の高い場所でのプロモーション	接触者数	21,000,000人
効果検証	アンケート取得数	600件

※なお、目指すべき目標については、あくまで目標値であり、必ずしもすべての達成を求めるものではない。事業評価にあたっては、実施内容や外的要因等を踏まえ、総合的に判断するものとする。

5 成果物の納品及び部数

事業終了後には速やかに次の提出物を作成し、提出すること。

(1) 業務完了報告書

- ・提出媒体：PDF形式
- ・提出期限：令和9年2月28日（日）

(2) 成果物

- ・プロモーションの成果物（日本語訳を記載すること。ウェブサイトを利用した場合はページのURLを報告すること。）
- ・そのほか、本委託業務に関連して制作した制作物（データ等含む）

6 著作権

作成される成果物の著作権等の取り扱いは、次に定めるところによる。

- ・本業務により作成された業務の成果物の所有権、著作権及びその他の権利は、本市に帰属するものとする。ただし、成果物に受託事業者は又は第三者の著作物が含まれている場合、当該著作物（当該著作物を改変したものを含む）の著作権は、従前からの著作権者に帰属するものとする。
- ・業務の成果品等に、受注者が従前から補修する知的財産権（著作権、ノウハウ、アイデア、技術、情報を含む。）が含まれていた場合には、権利は受注者に留保されるが、発注者は、本業務の成果品等を利用するために必要な範囲において、これを無償で利用できるものとする。
- ・受注者は、発注者に対し、著作権者人格権を行使しないものとする。
- ・掲載写真を自社において撮影し活用することは可能であるが、撮影費用は受注者の責任において本業務予算に含めること。
- ・制作にあたり利用する画像等の著作権や人物等の肖像権の権利に関することは、受注者がその手続きを行うこととする。

- ・受注者は、制作物が第三者の著作権等の権利を侵害しないことを保証し、第三者から制作物に関して著作権等侵害を主張された場合の一切の責任は、受注者が負うものとする。

7 その他留意事項

(1) 機密保護

受注者が個人情報・秘密と指定した事項及び業務の履行に際し知り得た秘密を第三者に漏らしてはならない。また、契約終了後も同様とする。

(2) 再委託

受注者は各業務を一括して受注者内で完結できること。基本的には第三者委託を禁止とする。再委託する場合には、あらかじめ本市の同意を得るものとし、再委託先の行った作業の結果については、受注者が全責任を負うこと。

(3) 協議

本仕様書に定める事項に疑義が生じた場合、又は本仕様書に定めのない事項で協議の必要がある場合は、受注者は本市と協議を行うこと。

その他留意事項

- ・多言語での記事制作や情報発信、印刷物の作成にあたっては、観光分野に精通したネイティブライターによる執筆することとし、ネイティブチェック及び校正等の原稿作成の体制を明確にし、誤字・脱字をなくすとともに、単なる逐語訳でなく現地で違和感のない内容となるよう体制を構築すること。
- ・本事業において、デジタル広告を実施する際には、次の事項について留意すること。
 - (イ) 欧州経済領域（EEA）域内から域外へ個人データの移転を行う場合は、必要に応じて、EU 一般データ保護規則（GDPR：General Data Protection Regulation）コンプライアンスへの対応を受注者において検討の上、対策を行うこと。
 - (ロ) 適正なデジタル広告の実施
 - ① 広告価値毀損「アドフラウド」、「ブランドセーフティ」及び「ビューアビリティ」等について、発注者の信用失墜やブランド毀損となる広告掲載は行わない等、可能な限り発注者への透明性を確保の上、確実な対策を実施すること。
 - ② 広告からの計測を行うため、広告のリンク先 URL にパラメータ等を設定してリマーケティングリストを蓄積すること。
 - (ハ) Facebook 広告を利用する場合
 - ① Facebook 広告を展開する場合は、発注者に対してアナリスト権限を付与すること。
 - ② サイト訪問者に対する Facebook リターゲティング設定を行うこと。
 - ③ Facebook が提供する無料調査が利用できる場合は、発注者と調査項目等を協議の上で、必要に応じて調査を行うこと。
 - (ニ) Google 広告を利用する場合
 - ① Google 広告を運用する場合は、受注者の広告アカウントと Google Analytics を連携すること。
 - ② 効果的と考えられるリマーケティングタグ、リマーケティングリストを設定し、共有すること。
 - ③ Google が提供する無料調査が利用できる場合は、発注者と調査項目等を協議の上で、必要に応じて調査を行うこと。
 - (ホ) YouTube 広告を利用する場合
 - ④ 動画視聴者のアクセス情報を蓄積すること。
 - ⑤ 動画視聴に関するデータや効果的な広告手法を利用するために、YouTube チャンネルと受注者の Google 広告アカウントをリンクさせること。
 - (ヘ) Facebook 又は Google 広告以外のその他広告媒体を利用する場合においても原則として同様の対応を行うこと。
 - (ト) 各種アカウント作成及び設定時には、内容について発注者の承認を得ること。また、当該アカウントについては事業完了後に一切の権利を発注者に譲渡すること。
- ・本事業において、効果測定が実施できないような事業提案は行わないこと。