

観光シティプロモーション戦略事業

支援業務仕様書

令和4年11月

令和4年度 観光シティプロモーション戦略事業支援業務仕様書

1 業務名

観光シティプロモーション戦略事業支援業務

2 事業趣旨

本市における滞在型観光のまちづくりを実現し、長期的な交流人口の増加や経済の安定を図るため、国内外の観光客をターゲットに、まちの魅力をPRすることで知名度の向上及び観光誘客を図る。

3 これまでの取り組み

- (1) 本市では平成28年度に観光シティプロモーション戦略を策定し、「からだにいいこといいとこ 津山たび」をコアコンセプトに、2020年の東京オリンピックに向けて、平成28年、29年は初動期として認知度の向上、平成30年以降は本格誘客期として国内外からの誘客を図り、滞在型観光の創出を目指している。
- (2) 平成29年3月から本市のイメージの一つである「ホルモン」をキーワードに市内の観光資源と掛け合わせ「幸せホルモンあふれる旅。津山市」として認知度向上に取り組んできた。

京阪神地域のJR駅・ショッピングモールのデジタルサイネージやポスターの掲示、人気ユーチューバーとのコラボレーション、Webでの記事広告などのメディアを活用してきた。
- (3) 平成30年度及び31年（令和元年）度は、近年岡山県への来客数が増加している台湾及び旅行意欲の高い国内のF1層をターゲットに、本市の歴史・文化・食をテーマとし、且つ、「一流」「ほんもの」のイメージのプロモーションを行ってきた。

また、台湾での旅行博、ツーリズムEXPO ジャパンといった大型観光イベントでのプロモーション及び台湾で人気の雑誌並びにWebサイトを中心とした各種メディアを活用し、「津山さくらまつり」「津山まつり」「もみじまつり」といった本市の観光イベントを中心に誘客を図ってきた。

一方、滞在型観光取り組みの一環として、体験プログラムを造成し体験を通して本市の魅力を発信している。
- (4) 令和2年度については、新型コロナウイルス感染症の世界的な感染拡大により、台湾を含め海外に向けたプロモーションは行わず、日本航空株式会社とタイアップした国内誘客促進及び情報発信を行った。
- (5) 令和3年度については、新型コロナウイルス感染収束後を見据え、台湾をターゲットにプロモーションを行った。具体的には、台湾F1層に向けたWEB広告記事の作成及び発信や、魅力発信に向けた小冊子（日本語版、繁体字版）の製作、また「彰化扇形車庫」とのタイアップに向けた市場調査等を実施した。

4 これまでの事業内容(参考)

□平成 28 年

①クリエイティブ

「幸せホルモンあふれる旅。津山市」の製作

②メディア

- ・ JR 西日本駅構内におけるデジタルサイネージ及びポスター広告
〔JR 大阪駅、JR 岡山駅、JR 倉敷駅及び JR 福山駅〕
- ・ 県南ショッピングモールでのデジタルサイネージ
〔イオンモール岡山及びアリオ倉敷〕
- ・ 雑誌裏面への広告掲載〔関西 Walker 裏表紙〕

□平成 29 年度

①クリエイティブ

「幸せホルモンあふれる旅。津山市」の活用

②メディア

- ・ 人気ユーチューバー 木下ゆうか氏による動画配信
〔Youtube 再生回数 60 万回以上〕
- ・ Web 情報サイトへの特集記事の配信
〔ラーチャーゴー！日本：PV5, 238 回 (3/2-5/2)〕
〔デイリーポータルZ：PV17, 538 回 (2/8-2/27)〕

□平成 30 年度

①クリエイティブ

台湾向け「出発吧！津山 Go！Tsuyama」の製作

国内向け「暮らすように旅する、津山」の製作

②メディア

- ・ 台湾情報誌「秋刀魚」小冊子発行
〔約 50, 000 部発行〕
- ・ Web 情報サイトへの特集記事の配信
〔HereNow 台湾版：PV18, 084 回 (1/8-3/15)〕
〔HereNow 日本版：PV15, 853 回 (1/8-3/15)〕
〔秋刀魚 Web 版：PV14, 514 回 (1/15-3/15)〕

□令和元年度

①クリエイティブ

プロモーション動画の製作

台湾向け「來春天的津山進行一場治愈的女子之旅」

国内向け「春の津山で癒しの女子旅」(長編及び短編)

②メディア

- ・ 上記動画の Youtube インストリーム広告配信
〔台湾向け動画：PV79, 194 回 (2/1-3/28)〕
〔国内向け短編動画：PV17, 956 回 (2/1-3/28)〕
〔国内向け長編動画：PV51, 888 回 (2/1-3/28)〕

- ・インフルエンサーによる情報発信
公式 Youtube チャンネルでの動画配信
〔PV526 回 (2/6-3/28)〕
- Facebook への記事投稿
〔投稿回数：5 回、いいね！：10,172 人 (10/13-3/28)〕
- Instagram への記事投稿
〔投稿回数：10 回、いいね！：25,497 人 (10/12-3/28)〕
- ・「秋刀魚」小冊子の増刷

□令和 2 年度

①クリエイティブ

テレビCMのの製作

国内向け「ミートリップつやま」(15 秒CM・12 種類)

②メディア

- ・旅行ガイドサイトにて観光情報やモデルルートの紹介及びパッケージ旅行の販売
- ・航空会社機内誌にて、津山市の特集の掲載 (日本語版・英語版)
- ・国内線機内ビデオでのオリジナル番組の放映
- ・宿泊予約サイト通じた広告掲載

□令和 3 年度

①クリエイティブ

小冊子「津山日記」の製作

台湾向け 4,500 冊／国内向け 4,500 冊

②メディア

- ・台湾 F 1 層に向けたWEB 広告記事の作成及び発信
WEB 媒体 [PV36,972 回]
SNS 媒体 [PV680,432 回]

③「彰化扇形車庫」とのタイアップに向けた市場調査及び企画立案

5 委託期間

契約締結日から令和 5 年 3 月 15 日 (水)

6 委託金額

5,000 千円以内 (消費税及び地方消費税の税率を 10%として計算した税込金額)

7 委託する業務内容

ウィズ・アフターコロナにおける台湾からの観光客の誘致に結び付く具体的な取り組みを行う。

(1) 在日メディア等に向けたFAMツアーの企画・実施

旅行消費動向に影響力をもつメディア等を招請し、観光情報及び移動手段等より具体的な旅行先の提案を行うことにより、広域的かつ多様な津山観光の魅力を紹介し、台湾訪

日旅行客等の誘客に繋げていくもの

- ①実施期間：令和5年1月～3月（2泊3日程度）※成果物納期限までに完了すること
- ②被招請者：旅行消費動向に影響力のある在日メディア等（観光関連業やインフルエンサー等）を選定し、招請すること。（※選定したメディアの概要と選定理由を記載すること。）
- ③行程・視察箇所等：
 - ・本市の魅力が十分に伝わり、関西との交通アクセスを理解できる行程とすること。またその素案を企画提案書へ記載すること。
 - ・被招請者が常時インターネットに接続して、情報発信できるように、Wi-Fi ルーターを用意すること。
- ④移動手段
 - ・国内の移動は、公共交通機関や貸切車（貸切バス、ジャンボタクシー等）を利用すること。ただし合理的な理由がある場合は、それ以外の移動手段も可能とする。なお、レンタカーを利用する場合は、招請者自らがレンタカーを借り受け、運転を行うこととし、道路運送法等各種法令に抵触しないよう注意すること。
- ⑤ 宿泊、飲食等
 - ・1室1名で利用することを基本とする。なお、Wi-fi 等のインターネット環境が整備された施設が望ましい。
 - ・食事は1日3回分（朝、昼、夕の3食）を提供し、津山市の特産品も活用すること。昼、夕食については、飲物代も含めること。なお、食事の時以外にも毎日飲物を提供すること。
- ⑥ 通訳者、添乗員
 - ・必要に応じて、英語の通訳案内士等を1名、および添乗員を1名手配すること。（なお、ガイドが添乗業務を兼務することも可能とする。）
 - ・通訳案内士等は、特段の理由がない限り全行程を通して同一人物とすること。
- ⑦ アンケート
 - ・被招請者を対象としたアンケートを作成すること。
 - ・アンケートの翻訳・実施・集計・分析・報告をすること。
- ⑧ ファムトリップの行程冊子、パンフレット等
 - ・視察先のパンフレットや資料等を収集のうえ、被招請者へ提供すること。
- ⑨ 安全確保・緊急事態等への対応
 - ・安全の確保等に関する万全の措置（事故等の未然防止、万一の事態の発生時にとりうる対応等を含む）及び、新型コロナウイルスの感染予防対策を具体的かつ詳細に記載すること。
 - ・視察時の緊急事態に備えて、トラブルが発生した場合の問題に対処するための手順及び体制を構築しておくこと。
 - ・本事業に係る傷害保険等の加入について記載すること。
 - ・業務の遂行にあたり、各種法令等について遵守すること。
- ⑩ 情報発信について
 - ・被招請者によって、ファミトリップを踏まえた記事の掲載・執筆を求めること。

- ・上記の場合は、媒体、発信時期について記載すること。
- ・読者（視聴者）が旅行を具体的に検討しやすいように、記事（動画）内に視察個所の名称やWebサイトなど必要な情報を掲載させること。
- ・掲載（配信）前に、発注者による内容の正誤確認を受けること。
- ・補足情報として、新型コロナウイルス感染予防対策や、安心安全に旅行が出来る環境・体制などの取組みについて発信すること。ただし、記事又は動画の主旨及び雰囲気損なわないように留意すること

(2) テレビを活用した魅力発信に向けた番組の製作・放映

テレビ（国外にて放映されるテレビ番組も含む）を活用し、観光誘客に結び付く津山市のPRを行うもの。なお、放映エリアは、台湾や近畿圏・首都圏からの誘客に繋がるエリアとする。

具体的には、津山城（鶴山公園）をはじめとする主要な観光スポットや津山市の特色ある牛肉料理など、大々的にPRできる番組等とする。国外にて放映される場合には、放映される国・地域のニーズに合わせた内容とすること。

ただし、協議により、提案時の制作イメージが変更となる場合があることに留意すること。

なお、テレビの活用方法は、旅番組・CM・ニュース番組等の種別は問わない。

また、複数の番組等の制作・放映も可能とする。

①出演者：出演者を使う場合は、二次利用があることの承諾を取ること。

②画像等のデータ：

原則受託者が準備するものとするが、津山市が所有している素材を活用することも可能とする。

③放映期間：令和5年1月～3月 ※成果物納期限までに完了すること

④番組等の制作について

- ・番組等の制作は、受託者が担当する。この制作とは、企画立案・調査・撮影・編集など番組等の制作・放映に必要な全ての作業を含む。
- ・受託者は、番組等の制作に当たっては、委託者及び取材先等と適宜打合せを行い、情報収集を行うものとする。
- ・企画及び制作に関する細部については、必要に応じて委託者と受託者との両者による打ち合わせを経て決定するものとする。
- ・番組等の制作に係る関係団体等に対する取材・撮影等の協力依頼及び調整については、受託者が行うものとし、委託者は受託者の業務の遂行に協力するものとする。
- ・委託者は、受託者に対し、必要に応じ業務の状況について報告を求めることができるものとする。

8 納品物・納期・納品場所

下記のものを津山市観光文化部観光振興課（津山市山北520番地）に納品すること。

(1) FAM ツアー実施に係る事業報告書

行程表、アンケートの集計分析等を記した報告書（2部提出）※データも納品のこと。

納期：令和5年3月15日（水）まで

(2) テレビ放映した番組等の録画媒体（DVD等）

2部提出のこと。また、番組等の制作にあたり取材を行った観光スポットや店等へも番組等の録画媒体（DVD等）を1部ずつ納品すること。

なお、取材を行った観光スポットや店等への納品が難しい場合は、必要部数を委託者へ納品すること。

納期：令和5年3月15日（水）まで

9 その他、業務遂行上の留意点

- (1) 本業務は、本仕様書に基づいて実施すること。ただし目的達成のため、予算の範囲内において、本仕様書以外の考えがあれば提案すること。
- (2) 受託者は、業務の実施にあたって、関係法令及び条例を順守し、業務上知り得た個人情報等の秘密を他人に漏らしてはならない。
- (3) 受託者は、本業務に十分な経験と知識を有する者を配置すること。
- (4) 受託者は、業務の実施にあたって、逐次、観光振興課と打ち合わせを行い、協議録を作成の上、情報共有を行うこと。
- (5) 受託者は、本委託業務を第三者に委託してはならない。ただし、やむを得ない事情がある場合には、委託者と協議のうえ、許可を受けること。
- (6) 企画提案書等の取り扱いについて
 - ①市に提出された企画提案書等について、業務を受託した業者またはその著作者はその内容の全部または一部を市が無償で使用（複製、転記、転写又は修正）することに同意するものとする。
 - ②市に提出された企画提案書等の所有権は、市に無償で移転するものとする。
- (7) 成果物の著作権等について
 - ①本事業の一切の成果物に関するすべての著作権（著作権法第27条及び第28条に定める権利を含む。）は、納品を行った時点で市に移転するものとする。
 - ②本事業の一切の成果物に関するすべての著作者人格権を行使しないものとする。受託者が著作者と異なる場合には著作者人格権を著作者に行使させないものとする。
- (8) 受託者は、本業務により得られた資料、情報等を本市の許可なく公表、貸与、使用、複製又は、漏洩してはならない。
- (9) 業務完了後、受託者の責任に帰すべき理由による不良個所が発見された場合、すみやかに必要な訂正、補足、その他必要な措置を行うものとし、これに係る経費は受託者の負担とする。
- (10) 業務に必要な資料及びデータ等で津山市が所有している提供可能なものは貸与するが、業務完了後、すみやかに返却すること。
- (11) 本仕様書に定めのない事項や本業務の実施にあたり疑義が生じた場合には、速やかに本市と協議の上、適切に実施すること。