

仕様書(企画提案用)

1. 事業名

地域の観光資源を活用したプロモーション事業

「大規模競技大会を契機とした TOKYO & AROUND TOKYO デジタルプロモーション事業
～SNS を活用した情報発信業務～」

【対象国】米国・英国・豪州(以下、「対象国」という。)

【ターゲット】対象国の大規模競技大会観戦予定者、訪日旅行者及び訪日旅行検討者
(以下、「ターゲット」という。)

【連携先】一般社団法人関東観光広域連携事業推進協議会、福島県、茨城県、栃木県、群馬県、
埼玉県、千葉県、東京都(公益財団法人東京観光財団)、神奈川県、新潟県、山梨県、
一般社団法人長野県観光機構、東日本旅客鉄道株式会社

2. 事業の目的

現在、新型コロナウイルス感染症の世界的な流行により、人の移動が世界的に制限されている。国連世界観光機関(UNWTO)の発表によると 2020 年の国際観光客数は前年比で 70%～75%減(約 10 億人減)となり、この影響による世界の観光業の損失は 1 兆 3000 億ドル(日本円で約 135 兆円)あまりにのぼり、国内外の観光産業へ深刻な影響を及ぼしている。

しかしながら、株式会社日本政策投資銀行・公益財団法人日本交通公社の調査(※1)によると、新型コロナウイルス感染症終息後における海外旅行の意向は大変強く、また、日本はその行先として第 2 位と非常に高い。現状では渡航制限により訪日旅行が不可能な時期ではあるが、対象国ならびに我が国でも同感染症のワクチン接種が開始されており、渡航制限解除後を見据えて、現在の高い訪日意欲の維持・向上を図るための情報発信は、早期の観光産業回復を図る目的としても重要と考えられる。

また、令和 3 年 7 月より大規模競技大会(令和 3 年(2021 年)7 月 23 日～9 月 5 日)が関東広域エリアを中心に開催され、当該エリアに対する国際的な注目度が高まることが予想される。当該大会の注目度を活用した訴求は、with/after コロナの訪日旅行検討者層に向けた当該エリアの露出を効果的に高めることが期待される。

そこで、国土交通省関東運輸局(以下、「当局」という。)、一般社団法人関東観光広域連携事業推進協議会(以下、「協議会」という。)、福島県、茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県、千葉県、東京都(公益財団法人東京観光財団)、神奈川県、新潟県、山梨県、一般社団法人長野県観光機構(以下、「連携先自治体」という。)、東日本旅客鉄道株式会社(以下、「JR 東日本」という。)が連携し、この誘客拡大の好機に、情報入手手段として近年非常に人気の高い SNS(※2)による関東広域エリアの情報発信を行う。

具体的には、協議会が保有する SNS アカウント(フェイスブック及びインスタグラム)を運用し、トラベルサイクル(旅マエ)に適した連携先自治体の観光情報を、旅行者目線で作成されたUGC(※3)を活用して発信することにより、当該地域の旅行先としての魅力を多角的に伝え、当該地域への誘客及び消費行動促進に繋げる。

(※1)2020年6月「DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査」

(※2)観光庁「訪日外国人の消費動向」2019年年度報告書。出発前に得た旅行情報源で役に立ったもの、1位「SNS」24.6%

(※3)UGC(User Generated Contents:一般ユーザーが作成したコンテンツ(写真・動画))

3. 事業の内容

企画提案にあたっては、「説明書(2. 提案書の作成)」のとおり行った上で、以下(1)ア、イ、(2)、(3)「② 企画提案内容」に掲げる業務の内容については、特に留意して具体的な提案を行うこと。

(1) SNS を活用した情報発信事業(事業規模:1,000 万円程度)

ア フェイスブックの運用による情報発信事業

① 業務の内容

(A) 企画概要

ターゲットに対して連携先自治体観光スポットへの認知・興味関心を高め、情報の拡散を図るため、フェイスブックを活用した情報発信を行う。投稿については、フェイスブックのユーザー特性を意識し、トラベルサイクル(旅マエ)に役立つ「テーマ」、「目的」を明確にした発信を行うこととし、併せて協議会 WEB サイト及び連携先自治体が紹介したい WEB サイト URL へのアクセス誘導を図る。

(B) 協議会アカウントの運用

協議会が保有するフェイスブックアカウント(<https://www.facebook.com/TokyoandAroundTokyo.En>)を指定する期間中に運用し、情報発信を行うこと。

(C) アカウント運用期間

令和3年(2021年)5月中から令和4年(2022年)2月28日までとし、詳細な日程については、当局及び連携先と協議の上、決定すること。

(D) 投稿回数

週4~5回、計198回以上

連携先自治体の情報をできる限り均等に発信すること(1都10県:各18回以上の投稿)

(E) フェイスブックの投稿内容

一 外国人視点での投稿とすること。

二 フェイスブックのユーザー特性を意識し、トラベルサイクル(旅マエ)に役立つ「テーマ」、「目的」を明確とした投稿とすること。

三 投稿写真については、原則、旅行者目線で作成されたUGCを活用すること。

四 投稿記事については、受託者が日本語原稿を作成し、連携先が確認後に英語を母国語とする翻訳者が記事(英語)に翻訳し、英訳原稿を連携先に確認すること。画像については受託者の過去のアカウント運用・広告配信の成果をもとにターゲットに訴求する画像の選定を行うこと。連携先からの投稿要望がある場合には、連携先から画像及び記事(日本語)の提供を受け、英語翻訳後に投稿すること。この場合、投稿回数は(D)に含むものとする。

五 投稿記事には、協議会 WEB サイト URL 及び連携先 WEB サイト URL を掲載すること。なお、掲載する協議会 WEB サイト URL 及び連携先 WEB サイト URL は、受託者決定後に別途指示す

る。

六 投稿記事には、原則として JR 東日本の最寄駅から投稿被写体までのアクセス情報を掲載すること。

七 世界的な新型コロナウイルス感染症の感染拡大と渡航制限等の状況を踏まえ、情報発信のスタンスに十分な留意を行うこと。発信に当たっては、他国・他都市の観光セクターによる発信動向や最新トレンドを注視しながら、発信内容を検討すること。発信にあたってはその方針について当局及び連携先から承認を受けること。

(F) 投稿フロー、投稿システム及び運用方針

一 投稿フロー

選定した投稿写真及び投稿記事(日本語)の当局及び連携先への確認、承認後の記事の英訳、英訳原稿の連携先への確認、投稿、投稿後のコメントの確認、コメントへの対応までの業務フロー及び投稿スケジュールを構築すること。

二 投稿システム

投稿ミス防止のために、以下の要件を満たすフェイスブック運用のためのシステムを自社で保有し、運用時に活用すること。

- ・UGC に投稿された画像を API 経由でダウンロードできること。
- ・ダウンロードしてきた UGC をシステム上に投稿予約できること。
- ・投稿予約されたもののうち、当局及び連携先側で承認された投稿のみが投稿される仕組みがあること。
- ・投稿予約画面のカレンダーに、投稿の際に注意すべき情報の記載が可能なこと。
- ・事前に登録した投稿の際に注意すべきキーワードが投稿文に入っている場合に投稿予約時にアラートが立つこと。

三 コメント対応

ユーザー間の双方向コミュニケーションを活性化するためコメントへの対応を行うこと。詳細については当局及び連携先と協議の上、決定すること。

四 運用方針

当局及び連携先と協議の上、決定すること。

(G) 投稿結果の分析レポート

投稿結果のデータを収集・整理し、分析、アクセス解析を行い、投稿のリアクション及びリーチ数等について毎月レポートすること。解析項目の詳細については、受託者決定後、当局及び連携先と協議の上、決定すること。なお、2 月分については「6. 提出期限」を考慮し、可能な範囲の期間にて解析すること。

(H) リスクマネジメント

一 UGC を利用する場合:a)～d)の対策を講じること。

a) 著作物(画像・動画・文章等)については著作権者の許可を得ること。なお、指定のハッシュタグ #tokyoandaroundtokyo を付けた投稿を促すため、左記ハッシュタグの付された投稿写真については、この限りでない。ただし、次の b)、c)の対策を免れるものではない。

b) 個人の特定が可能と思われる状態で人物が映っている場合は著作権者に肖像権を確認すること。

- c) 被写体とした掲載物件に許諾が必要な場合は所有者に対して利用許諾を得ること。
- d) 写真を選定する際は、撮影場所の緊急事態宣言発出期間を考慮し、可能な限りその期間に撮影された写真を避けること。また、被写体のソーシャルディスタンスが保たれているなど、新しい生活様式に照らして適切だと思われる写真を選定すること。

ニ アカウント乗っ取り対策:アカウント乗っ取り防止のための対策を講じること。

三 炎上・荒らし行為対策:a)~c)の対策を講じること。

- a) 投稿内容に不適切な言葉・表現が含まれていないこと。
- b) 不適正なタイミングで投稿をしていないこと。
- c) 投稿に対する不適切なコメントがないこと。

四 端末紛失・情報漏洩対策:端末や情報の不適切な管理によるリスク回避策を講じること。

(I) フェイスブック目標数値

- ・リーチ数(アカウント運用期間延べ):1,843,000人以上
- ・フォロワー増加数(アカウント運用期間末時点):42,000人以上
- ・新エンゲージメント率(※):各月5%以上

(※)(投稿にいいね!・コメント・シェアまたはクリックをした人数)÷投稿のリーチ数

② 企画提案内容

フェイスブックの運用に関する企画提案については、JNTO 作成の運用ガイドラインに沿った提案を行うこと。

(JNTO Web サイト URL: https://www.jnto.go.jp/eng/download/JNTO_FacebookGuideline_2021.pdf)

(A) 投稿内容の提案

対象市場やトラベルサイクル(旅マエ)に対して、年間の投稿スケジュールを踏まえた効果的なテーマ、画像の選定及び情報発信方法を提案すること。なお、提案にあたっては、選定の理由、根拠及び年間の投稿スケジュール案を明示すること。

(B) フェイスブック運用のための投稿文例・投稿フロー・投稿システム・コメント対応・進行管理の提案

フェイスブック投稿を効率的に運用し、かつ情報発信に際してのリスクマネジメントにも対応した投稿文例、投稿フロー及び投稿システムを提案すること。コメント対応については、対応するコメントの種別およびコメント内容について基本方針を策定し提案すること。また、連携先が投稿の進行管理状況を把握できる情報共有の仕組みも併せて提案すること。

(C) 過去の運用実績

次の一~四の運用実績について可能な範囲で記載すること。また、それらの運用実績から、本事業において活用できる方策があれば提案すること。

- 一 訪日外国人向け公式フェイスブックのアカウント立ち上げと運用実績
- 二 上記アカウントにおいて半年でフォロワー数 25,000 人を達成した実績
- 三 上記アカウントにおける新エンゲージメント率が平均 8%以上の実績
- 四 観光地域づくり法人(DMO)の公式フェイスブックのアカウントの運用実績、もしくは 3 団体以上の複数自治体が参画している公式フェイスブックのアカウント運用実績

(D) 自社で運営する海外向けのフェイスブックアカウントを保有している場合には、そのノウハウについて示すこと。また、これを通じ(2)の事業において広告配信先の絞り込みとして活用できる方策があれば提案すること。

(E) 上記に加えて、事業目的を達成するため、より効果を上げる企画があれば提案を行うこと。

イ インスタグラムの運用による情報発信事業

① 業務の内容

(A) 企画概要

ターゲットの連携先自治体観光スポットへの認知・興味関心を高めるため、Instagramを活用した情報発信を行う。Instagramについてはターゲットに訴求する魅力的な画像の選定が最重要となるので、UGCを効果的に収集・活用し、ビジュアルを重視した投稿を行うこととし、投稿内容については、Instagramのユーザー特性を意識し、トラベルサイクル(旅マエ)に役立つ「テーマ」、「目的」を明確にした発信を行う。

(B) 協議会アカウントの運用

協議会が保有するInstagramアカウント(<https://www.instagram.com/tokyoandaroundtokyo/>)を指定する期間中に運用し、情報発信を行うこと。

(C) 協議会アカウント運用期間

令和3年(2021年)5月中から令和4年(2022年)2月28日までとし、詳細な日程については、当局及び連携先と協議の上、決定すること。

(D) 投稿回数

週4～5回、計198回以上

連携先自治体の情報をできる限り均等に発信すること(1都10県:各18回以上の投稿)

(E) インスタグラムの投稿内容

一 外国人視点での投稿とすること。

二 Instagramのユーザー特性を意識し、トラベルサイクル(旅マエ)に役立つ「テーマ」、「目的」を明確にした発信を行うこと。

三 投稿写真については、原則、旅行者目線で作成されたUGCを活用すること。

四 投稿記事については、受託者が日本語原稿を作成し、連携先が確認後に英語を母国語とする翻訳者が記事(英語)に翻訳し、英訳原稿を連携先に確認すること。画像については受託者の過去のアカウント運用・広告配信の成果をもとにターゲットに訴求する画像の選定を行うこと、連携先からの投稿要望がある場合には連携先から画像及び記事(日本語)の提供を受け、英語翻訳後に投稿すること。この場合、投稿回数は(D)に含むものとする。

五 ユーザーの認知拡大、参加促進のために「#(ハッシュタグ)」を活用すること。

六 世界的な新型コロナウイルス感染症の感染拡大と渡航制限等の状況を踏まえ、情報発信のスタンスに十分な留意を行うこと。発信に当たっては、他国・他都市の観光セクターによる発信動向や最新トレンドを注視しながら、発信内容を検討すること。発信にあたってはその方針について当局及び連携先から承認を受けること。

(F) 投稿フロー、投稿システム及び運用方針

一 投稿フロー

選定した投稿写真及び投稿記事(日本語)の当局及び連携先への確認、承認後の記事の英訳、英訳原稿の連携先への確認、投稿、投稿後のコメントの確認、コメントへの対応までの業務フロー及び投稿スケジュールを構築すること。

二 投稿システム

投稿ミス防止のために、以下の要件を満たすインスタグラム運用のためのシステムを自社で保有し、運用時に活用すること。

- ・UGC に投稿された画像を API 経由でダウンロードができること。
- ・ダウンロードしてきた UGC をシステム上に投稿予約できること。
- ・投稿予約されたもののうち、当局及び連携側で承認された投稿のみが投稿される仕組みがあること。
- ・投稿予約画面のカレンダーに、投稿の際に注意すべき情報の記載が可能なこと。
- ・事前に登録した投稿の際に注意すべきキーワードが投稿文に入っている場合に投稿予約時にアラートが立つこと。

三 コメント対応

ユーザー間の双方向コミュニケーションを活性化するためコメントへの対応を行うこと。詳細については、当局及び連携先と協議の上、決定すること。

四 運用方針

当局及び連携先と協議の上、決定すること。

(G) 投稿結果の分析レポート

投稿結果のデータを収集・整理し、分析、アクセス解析を行い、投稿のリアクション及びリーチ数等について毎月レポートすること。解析項目の詳細については、受託者決定後、当局及び連携先と協議の上、決定すること。なお、2 月分については「6. 提出期限」を考慮し、可能な範囲の期間にて解析すること。

(H) リスクマネジメント

一 UGC を利用する場合:a)~d)の対策を講じること。

- a) 著作物(画像・動画・文章等)については著作権者の許可を得ること。なお、指定のハッシュタグ #tokyoandaroundtokyo を付けた投稿を促すため、左記ハッシュタグの付された投稿写真については、この限りでない。ただし、次の b)、c)の対策を免れるものではない。
- b) 個人の特定が可能と思われる状態で人物が映っている場合は著作権者に肖像権を確認すること。
- c) 被写体とした掲載物件に許諾が必要な場合は所有者に対して利用許諾を得ること。
- d) 写真を選定する際は、撮影場所の緊急事態宣言発出期間を考慮し、可能な限りその期間に撮影された写真を避けること。また、被写体のソーシャルディスタンスが保たれているなど、新しい生活様式に照らして適切だと思われる写真を選定すること。

二 アカウント乗っ取り対策:アカウント乗っ取り防止のための対策を講じること。

三 炎上・荒らし行為対策:a)~c)の対策を講じること。

- a) 投稿内容に不適切な言葉・表現が含まれていないこと。
- b) 不適正なタイミングで投稿をしていないこと。
- c) 投稿に対する不適切なコメントがないこと。

四 端末紛失・情報漏洩対策:端末や情報の不適切な管理によるリスク回避策を講じること。

(I) インスタグラム目標数値

- ・リーチ数(アカウント運用期間延べ):490,000 人以上

- ・フォロワー増加数(アカウント運用期間末時点):19,000人以上
- ・1投稿あたりのいいね数:リーチ数の10%以上

② 企画提案内容

インスタグラムの運用に関する企画提案については、JNTO 作成の運用ガイドラインに沿った提案を行うこと。

(JNTO Web サイト URL: https://www.jnto.go.jp/eng/download/JNTO_InstagramGuideline_2021.pdf)

(A) 投稿内容の提案

対象市場やトラベルサイクル(旅マエ)に対して、年間の投稿スケジュールを踏まえた効果的なテーマ、画像の選定及び情報発信方法を提案すること。なお、提案にあたっては、選定の理由、根拠及び年間の投稿スケジュール案を明示すること。

(B) インスタグラム運営のための投稿文例・投稿フロー・ハッシュタグ・投稿システム・コメント対応・進行管理の提案

インスタグラムを効率的に運用し、かつ情報発信の際のリスクマネジメントにも対応した投稿文例、投稿フロー、投稿時に入れる「#(ハッシュタグ)」及び投稿システムを提案すること。コメント対応については、対応するコメントの種別およびコメント内容について基本方針を策定し提案すること。また、連携先が投稿の進行管理状況を把握できる情報共有の仕組みも併せて提案すること。

(C) 過去の運用実績

次の一～四の運用実績について可能な範囲で記載すること。また、それらの運用実績から、本事業において活用できる方策があれば提案すること。

一 訪日外国人向け公式インスタグラムのアカウント立ち上げと運用実績

二 上記アカウントにおいて1年でフォロワー数 50,000 人を達成した実績

三 上記アカウントにおいてアカウント運営開始から1年以内にUGCの投稿件数10,000件以上を達成した実績。

四 観光地域づくり法人(DMO)の公式インスタグラムのアカウントの運用実績、もしくは3団体以上の複数自治体が参画している公式インスタグラムのアカウント運用実績

(D) 自社が運用するインスタグラムアカウントにて、良質な写真ハッシュタグ投稿を呼びかけ、集めることに成功していること。そのアカウントの運用実績を通して、対象国に好まれる写真の傾向データ、UGCの中から対象国に対して適切な写真を選択するノウハウがあれば提案すること。

(E) 上記に加えて、事業目的を達成するため、より効果を上げる企画があれば提案を行うこと。

(2) SNS 広告配信業務(事業規模:600万円程度)

① 業務の内容

(A) (1)ア及びイの協議会アカウントの対象国のターゲットのフォロワー数を拡大し、また、SNS 投稿のエンゲージメント率を高めるために適切な SNS 広告(フェイスブック及びインスタグラム)を実施すること。

(B) 広告の誘導先は、(1)ア及びイの協議会アカウントの投稿とする。

(C) 発信内容については、当局及び連携先による校正の機会を2回以上設けること。

(D) 毎月1回、SNS 広告によるリーチ数等の数値及び分析、アクセス解析結果について報告書を提出すること。解析項目の詳細については、受託者決定後、当局及び連携先と協議の上、決定する

こと。また、月次の結果を踏まえた改善策を実施すること。なお、2 月分については「6. 提出期限」を考慮し、可能な範囲の期間にて解析すること。

(E) SNS 広告に係る費用は、事前に当局及び連携先と調整の上、決定すること。

(F) 広告配信期間は、令和 3 年(2021 年)5 月中から令和 4 年(2022 年)2 月 28 日の中で適切な時期とすること。

② 企画提案内容

(A) 掲載先への誘導を図るため、適切な SNS 広告の手法並びに実施時期について、選定理由を含めて提案すること。また、提案者独自の広告手法など、差別化できる点があれば提案に盛り込むこと。

(B) バナー広告・動画広告を提案する場合には、そのデザイン案を提示すること。

(C) 掲載期間や広告表示回数等の広告効果を明確にすること。

(D) SNS 広告のインプレッション数・リーチ数の目標値を提示すること。なお、SNS 広告のインプレッション数 10,000,000、リーチ数 6,000,000 を最低ラインと想定している。

(E) 上記に加えて、事業目的を達成するため、より効果を上げる企画があれば提案を行うこと。

(3) フォトコンテストに関する業務(事業規模:800 万円程度)

① 業務の内容

(A) 概要

協議会 SNS アカウントの認知拡大、インスタグラムへの写真の投稿促進を目的とし、日本に在住の写真趣味層を対象にインスタグラム上でのハッシュタグ投稿によるフォトコンテストを開催・運営業務を行う。また、受賞作品については、観光や写真に関心のある一般の参加者を広く募ることができるイベントでの展示を行う。

(B) テーマの設定

より多くの応募と連携先の PR 効果が見込め、観光資源の発掘や、連携先自治体への訪問や長期滞在のきっかけとなるようなテーマ設定を行うこと。

(C) キャンペーンページの作成

PC、スマートフォン等からアクセスが可能な独自のフォトコンテスト専用のキャンペーンページを作成すること。

(D) 募集

応募者が保有するインスタグラムアカウントにおいて、応募者が写真を投稿する際に指定するハッシュタグを設定することで応募が完了する募集方法とすること。なお、応募にあたっては、協議会インスタグラムアカウント「Tokyo and Around Tokyo」のフォロー及びハッシュタグ「#tokyoandaroundtokyo」の添付を必須とする。

(E) 告知

フォトコンテスト募集前に 1 回以上及び期間中に 3 回以上、キャンペーンページやインスタグラム等の SNS による告知を行うこと。

(F) 審査

フォトコンテストに投稿された写真を審査し、入賞作品を選定すること。入賞作品を選定の際には、盗作防止のため、入賞候補作品が撮影者本人の作品であることを確認すること。

(G) 入賞作品及び入賞者対応

入賞作品は連携先自治体ごとに2作品とする。(合計:22作品)。

副賞とする場合の賞品手配及び入賞者への発送に係る費用は受託者の責任において事業費用に含めること。なお、賞品選定については、連携先に事前確認の上、受託者が手配し用意すること。

(H) 受賞作品の展示

受賞作品の展示を目的に観光または写真をテーマとしたイベントを開催すること。イベントの開催会場は写真の展示会場に適した施設(大型商業施設、イベント・ホール等)とする。入場者の目標人数は1,000名以上を最低ラインとする。

また、新型コロナウイルス感染症の感染拡大防止の観点から、コロナ禍の影響の中でイベント開催を断念せざるを得ない場合、オンラインでの代替施策を実施するものとし、日本語のキャンペーンページに加えて英語の特設ページを作成、また対象国のターゲットの閲覧を増加させるための広告配信を行うこと。

(I) 応募者数

応募者数については5,000作品以上の応募を最低ラインとする。

② 企画提案内容

(A) 開催内容の提案

フォトコンテスト(実施概要、スケジュール、募集、審査、入賞、イベント開催)の企画内容について提案を行うこと。

(B) 告知方法についての提案

国内の写真に関心が高い層、具体的には「写真撮影を趣味としていてSNSに自身の作品を投稿しており、発表の場を求めている方々」の投稿応募者数を増加させるための告知方法を提案すること。

(C) 審査方法の提案

新型コロナウイルス感染症の感染拡大防止、および業務効率向上の観点から、オンラインで完結する審査システムを提案すること。なお、当該審査システムは、セキュリティの対策がとられ、かつ対象作品をスムーズに閲覧・選定可能なものとする。また、盗作・転用された写真を入賞作品として選定しない対策が十分にとられているものであること。

(D) 応募に係る方策についての提案

より多くの応募が見込まれる方法を提案すること。副賞とする場合、賞品を提案することができる。ただし、賞品を提案する場合、賞品は華美にならないものとし、連携先自治体の魅力を伝えることができるものとする。なお、副賞として賞金その他の金券類は不可とする。詳細については、受託者決定後、当局及び連携先と協議の上、決定すること。

(E) 受賞作品の展示

イベントの開催会場は写真の展示会場に適した施設(大型商業施設、イベント・ホール等)を提案すること。また、新型コロナウイルス感染症の感染拡大防止の観点から、コロナ禍の影響の中でイベント開催を断念せざるを得ない場合の、オンラインでの代替施策も併せて提案すること。

(F) 過去のフォトコンテストおよびイベント開催実績について

次の一～三の運用実績について可能な範囲で記載すること。また、それらの運用実績から、本事業において活用できる方策があれば提案すること。

- 一 官公庁、自治体のフォトコンテスト業務の受託実績
- 二 イベントの開催実績

三 オンラインでの観光または写真をテーマとしたイベントの開催実績

4. その他留意事項

- ① 各事業において、運営、管理を行うこと。
- ② 本業務の業務遂行に重要な役割を果たす優れた経験及び能力を有する予定担当者を明確にし、常態的に当局及び連携先との連絡調整等を密に行えるものであること。
- ③ 本事業は、当局及び連携先と十分な協議を行いながら事業を進めることとし、作業内容及び本仕様書の内容に疑義が生じたときには、その都度当局及び連携先と協議の上、その指示に従い作業を進めること。また、当局及び連携先は、作業期間中いつでもその作業状況の報告(報告書の作成を含む)を求めることができるものとする。なお、本仕様書に定めのない事項については、その都度協議の上対応するものとする。
- ④ 当局及び連携先の確認等が必要な事項については、十分な時間を設けて進めること。
- ⑤ 本業務の成果物に関する著作権、著作隣接権、商標権、商品化権、意匠権及び所有権(以下「著作権等」という。)は、納品の完了をもって受託者から当局及び連携先に譲渡されるものとする。ただし、Instagramやフェイスブックに投稿した UGC は成果物には原則含めない。また、受託者は自ら制作・作成した著作物に対し、いかなる場合も著作者人格権を行使しないものとする。
- ⑥ 本業務の投稿内容において権利関係(撮影者、肖像権、掲載物件)につき疑義が発生した場合、全て受託者の責任において対応すること。
- ⑦ 成果物に重大な瑕疵があった場合は、原因者において、回収、修正、再印刷等の必要な措置を講じること。
- ⑧ 本業務で取り扱うこととなる個人情報の管理は適正に実施すること。
- ⑨ 必要に応じ緊急時の連絡体制を構築し、関係者と情報を共有すること。
- ⑩ 受託者は各事業の提案及び実行など、すべての段階において、世界的な新型コロナウイルス感染症の感染拡大と渡航制限の状況を踏まえ、対象国の観光セクターによる発信動向を注視し、その時に最適と考える新型コロナウイルス感染症への配慮を情報発信及び活動に盛り込むこと。なお、新型コロナウイルス感染症に伴う対応は、提案段階や、提案を採択した段階に定義されていなかったものも当局及び協議会から要望できるものとし、受託者はできる限り、その要望に対応するものとする。

5. 納品成果物

(1) 効果測定の実施

- ① SNS 投稿・広告の企画、運営、集計及び分析を行うこと。
- ② 事業実施後における効果測定の提案、実施、今後の課題分析を行うこと。(事業実施後における SNS 投稿に対するリーチ数、いいね数、コメント数、シェア数、クリック数等の測定を含む。)
- ③ その他当局及び連携先が指示したもの。

(2) 事業の進捗管理及び目標、成果については、所定のシステムに入力し、管理することがある。(詳細については、受託者決定後に当局が必要に応じて別途指示するので、対応すること。)

(3) 成果物の作成

- ① 本事業実施報告書及び効果測定書(A4 版カラー一冊子、計 60 頁以上(実施報告書 30 頁以上、効

果測定書 30 頁以上))

当局 0 部 協議会 1 部 連携先自治体 各 2 部 JR 東日本 1 部 合計 24 部

② 本事業実施報告書及び効果測定書電子データ(報告書等を記録した電子媒体)

当局 1 部 協議会 1 部 連携先自治体 各 1 部 JR 東日本 1 部 合計 14 部

(電子媒体は CD 又は DVD とし、Microsoft Word 2013、Microsoft Excel 2013、Power Point 2013 において編集可能ないずれかのファイル形式及び PDF 形式の両方で保存するものとする。)

③ 事業の概要を A4 版カラー1 枚に簡潔にまとめた電子データ

④ 3.(1)ア、イ及び(3)の事業において取得した画像データ

(枚数は 1 枚以上とし、ファイル形式は JPG とする。推奨する画像サイズは 3,000px 以上。JNTO の訪日プロモーションにおいて二次利用可能なものとする。なお、様式等提出方法の詳細については、受託者決定後に別途指示する。)

⑤ 報告書の用紙は、グリーン購入法に適合したものを使用すること。

⑥ 報告書の作成にあたっては、事前に監督職員の承認を受けること。

6. 提出期限

① 本事業実施報告書及び効果測定書 ……令和4年(2022年)3月22日(火)

② 本事業実施報告書及び効果測定書電子データ記録媒体 ……令和4年(2022年)3月22日(火)

③ 事業概要版電子データ ……令和4年(2022年)3月22日(火)

④ 画像電子データ ……令和4年(2022年)3月22日(火)

7. 提出先

神奈川県横浜市中区北仲 5-57 横浜第 2 合同庁舎

国土交通省関東運輸局観光部国際観光課及び連携先が指定する場所