

台湾市場における誘客プロモーション業務に係る基本仕様書（企画提案時）

1. 委託業務名

台湾市場における誘客プロモーション業務

2. 業務内容

訪日客の増加が期待される台湾市場をターゲットに、福岡市、北九州市、宗像市、熊本市、日田市、島原市（以下、連携都市という）を巡る周遊ルートについて、台湾市場に訴求する連携都市の観光コンテンツを有効に活用し、B to C（台湾人観光客向け）及びB to B（台湾市場に所在する旅行会社等向け）プロモーションを行うこととする。

(1) B to Cプロモーション

台湾における連携都市の認知度向上及び誘客促進を目的として、インフルエンサー やウェブメディア等を活用し、旅行者向けプロモーションを実施する。具体的なプロモーション手法は事業者からの提案とするが、以下の点に留意のうえ提案すること。

- ア. 連携都市ごとの送客実績の把握が可能なプロモーションであること。なお、当該プロモーションによって得られた送客数の把握が困難な場合は、推計値を用いることも可とする。また、推計値を用いる場合は、推計値の算定に用いた根拠もあわせて記載すること。加えて、連携都市ごとに送客人数を分けて示すこととし、この場合もOTAサイトによる全ての送客人数から、例えば連携都市それぞれに訪れた過去の来訪客数で按分するなど、根拠を用いて連携都市ごとの送客人数をKPIとして示すこと。
- イ. OTAサイトの活用の場合は、新規に造成する旅行商品や既存商品の紹介や販売を行うことを前提とし、既存商品を掲載する際には、さらなる誘客を図るべく、何らかのインセンティブを付与することとし、その内容とKPIを提案すること。
- ウ. 発信するテーマについては、連携都市間で台湾市場に訴求する共通のテーマ（食、体験等）等を設定し、ターゲットをふまえたプロモーションを行うこととし、共通のテーマ案など、具体的な設定内容についても提案すること。
- エ. 情報発信回数やスポット数等の設定にあたっては、連携都市のバランスを考慮した上で提案すること。
- オ. ウェブサイト等を活用する場合は、SEO対策を講じること。
- カ. その他提案内容に応じたKPIを設定すること。

(2) B to Bプロモーション

台湾市場における旅行客の誘致を目的として、現地旅行会社及び国内ランドオペレーターに対するプロモーションを実施する。具体的なプロモーション手法は受託事業者からの提案とするが、以下の点に留意のうえ提案すること。

- ア. 現地旅行会社による旅行商品の造成を含めることとし、造成数や販売数に関するKPIを示すこと。この時、連携都市ごとの送客数もあわせてKPIとして示すこと。また、造成にあたっては、台湾人の訪日旅行の実態・嗜好等を踏まえつつ、連携都市のバランスを考慮すること。
- イ. 造成した商品は、台北国際旅行博（ITF）等の旅行博で販売する等、台湾人が旅行商品を多く購入する場面を活用し、より多くの送客につながるようにすること。また、一過性の販売にとどまることがないよう、旅行商品の自走化につながる提案とすること。
- ウ. 選定する旅行会社について、社名、選定理由を明記すること。なお、実際の実施にあたっては、連携都市と協議の上決定すること。
- エ. 連携都市の魅力を発信するだけでなく、商品造成に必要な情報（既存割引情報等（周遊パス等））を記載した企画書を作成するなど、商品造成を誘発させる工夫をすること。
- オ. 国内ランドオペレーター向けのプロモーションとして最適な手法をKPIとあわせて提案すること。
- カ. 提案内容に応じたKPIを設定すること。

※ (1)、(2) の業務に関する留意事項

- ア. BtoBプロモーションとBtoCプロモーションはそれぞれ相互に連携しながら、相乗効果の高い取り組みとなるよう、具体的な内容を提案すること。ただし、個人旅行手配が相対的に多いという旅行実態を踏まえ、BtoCプロモーションに比重を置いた予算配分とすること。
- イ. 実施スケジュールを挙げて提案すること。
- ウ. 上記(1)、(2)のプロモーションは、福岡国際空港株式会社（FIA）や九州旅客鉄道株式会社（JR九州）等連携都市を結ぶ二次交通事業者との連携によるプロモーションを前提としていることから、連携する事業者名や本事業の効果が上がるような連携の内容など、具体的な提案を行うこと。また、福岡国際空港（FIA）と連携し、空港内観光案内所を活用した旅ナカプロモーションも含めること。
- エ. 上記(1)、(2)で制作した広報物を活用した横展開も合わせて提案すること。例えば日本政府観光局（JNTO）が持つオウンドメディア（SNS等）での情報発信やJNTOが実施するイベント等での横展開など、具体的な展開手法を提案すること。
- オ. 契約締結後は受託事業者において連携事業者との各種調整を行うことを前提としていることから、実現可能性のある提案とすること。また、契約後は現地でのやりとりを可能とすること。
- カ. 本業務とは別に連携自治体が実施するプロモーションにおいても、本事業と有効な連携を図ることを念頭に置きながら本業務を進めること。
例) 福岡市、熊本市、北九州市：令和7年11月頃の2025台北国際旅行博（ITF）に出展を予定。
- キ. 上記(1)、(2)のプロモーションにおいて、連携都市ごとのインセンティブ情報（イ

ンバウンド向け割引制度等) や既存割引情報(周遊パス等) 等の情報を掲載すること。

(3) 自由提案

上記(1)、(2)に加え、台湾での認知度向上・誘客につながる効果的なプロモーションを予算内で提供すること。その際、提案内容に応じたKPIを設定すること。

(4) 効果検証

(1)、(2)におけるプロモーションを通じ、旅行者や旅行会社のニーズを把握し、台湾・市場による独自の目線から課題ごとにまとめ、ニーズ分析(ウェブページ閲覧者へのアンケート実施等、SNSへのコメント内容など)を行い、今後のプロモーションのあり方を含めた具体的な改善提案を示すこと。また、分析結果の元となるデータ(日本語翻訳分)も合わせて提供すること。

(5) 報告書作成

業務完了後速やかに報告書を提出すること。なお、同報告書には、各業務を実施したことが証明できる書類及び写真等を添付するほか、(4)の効果検証や今後のプロモーションのあり方を含めた具体的な改善提案について記載すること。

- ① 種類等：紙媒体(6部)、電子データ
- ② 提出先：福岡市、北九州市、宗像市、熊本市、日田市、島原市

(6) その他

- ・契約方法にあたっては、連携都市それぞれと個別に締結するものとし、締結にあたっては各自治体の契約規則等に則るものとする。
- ・事業実施に際しては、感染症や国際情勢の影響を考慮しながら、国や県の動向等もふまえ実施内容及びスケジュールを調整するほか、状況等によっては、契約締結後に連携都市から事業内容、契約金額及び事業期間等を変更する可能性があるため、受託者は柔軟に対応すること。
- ・上記以外で、本業務実施のために必要な業務は、受託事業者決定後に連携都市と受託事業者が協議の上決定する。
- ・各業務にかかる一切の経費(会場費、招請費、掲載費、調整費等)は、全て委託費に含むものとする。

3. 業務体制および事業実績

実施計画や実行体制、人員の配置、全体スケジュール、個人情報の管理など、実効性のある事業遂行体制を提案すること。また、本業務全般について、国や地方自治体、民間企業等における同種業務に携わった実績がある場合は、その内容について支障のない範囲で記載すること。

4. 委託契約期間

契約締結日から令和8年3月19日（木）まで

5. 業務にかかる委託料上限額

上限9,000,000円（消費税及び地方消費税を含む、税抜金額8,181,818円）

6. 成果品の納品について

(1) 成果品

①報告書（6部）

②報告書（電子データ）

(2) 納品期日

令和8年3月19日（木）

※早期納品が可能な場合は、早期検収を受け付ける。

(3) 納品方法

郵送、持参、メールなど

(4) 納品場所 〒860-0041 熊本市中央区細工町4-30-1 扇寿ビル5階

（一財）熊本国際観光コンベンション協会

観光誘致課（担当）下山、石松

MAIL tourism@kumamoto-icb.or.jp

7. その他

- (1) 事業に係る細部については、受託候補者決定後、連携都市と受託候補者で協議の上、決定する。
- (2) 事業の実施にあたっては、業務のスケジュールを提出し、そのスケジュールに沿って事業を進めること。
- (3) 仕様書に記載のないものについては、連携各都市と受託候補者で協議の上、決定する。
- (4) 本業務における成果物等のデータの使用権は、連携都市に帰属する。
- (5) 本業務の実施のために必要な第三者の著作権・肖像権については事前に許諾を取得すること。特別な報告がない場合には問題がないものと認識し、以後何らかの問題が発生した場合には受託者の責任において対処すること。

以上