

OTA 事業者と連携した東アジア・東南アジア向けプロモーション事業 業務委託仕様書

1 事業の目的

訪日外国人旅行者の旅行形態は FIT が主流となっており、愛知県へより多くの旅行者を誘致するためには、FIT に向けて積極的に情報を発信していくことが必要となる。

そこで本事業では、東アジア・東南アジア地域の FIT の多くが利用している OTA と連携し、市場横断的なプロモーションを実施することにより、本県の認知度向上を図るとともに、県内観光関連事業者による OTA へのコンテンツの登録を誘引し、観光コンテンツの露出を拡大させることで、訪日外国人旅行者に対する本県の魅力度の向上を図る。

2 業務内容

東アジア・東南アジア 7 市場（韓国、台湾、香港、タイ、シンガポール、フィリピン、ベトナム）をターゲットとして、現地での利用率が高い OTA と連携したプロモーションを実施するとともに、県内観光関連事業者による OTA への観光コンテンツの登録を促す。

(1) OTA を活用した誘客プロモーション

ア 連携する OTA について

以下の項目を考慮し、本事業の目的を達成するのに適切な連携先 OTA を選定すること。なお、単一の OTA で以下の対応ができない場合、複数 OTA との連携も可とする。

- ・ターゲットとする 7 市場で販売が可能であり、かつ各市場の言語に対応する OTA であること。
- ・各市場において利用率が高く、連携先として効果的と考えられ、訪日関心層に訴求力のある OTA であること。
- ・主に体験型観光プログラムを中心に掲載・販売をする OTA であること。
- ・サイトのアクセス数（PV 数、セッション数、アクティブユーザー数等）や予約数などが把握でき、プロモーションの実施効果を測る上で必要なデータの収集が可能なこと。
- ・OTA に観光コンテンツを登録する際、県内観光関連事業者が主体的に登録情報を入力、修正できるように、日本語でも対応できる体制であること。
- ・受託者自身が OTA である場合、自らが連携先となることを妨げない。

イ 特設ページの作成

- ・アで選定した OTA のサイトにおいて本県の特設ページを作成し、ターゲットの 7 市場を対象に本県の認知度向上及び観光コンテンツの販売促進に向けたプロモーションを実施すること。
- ・プロモーション期間は各市場 2 か月以上とすること。
- ・プロモーション期間は各市場のシーズンリティを考慮の上設定し、ハイシーズンの旅行者獲得に向けた魅力発信及び観光コンテンツの販売促進を行うこと。
- ・特設ページには、本県への訪問意欲を喚起させるよう、各市場の嗜好を考慮し、代表的な観光地や観光コンテンツ、モデルルート等の特集記事を掲載すること。

- ・特設ページには、各市場の嗜好に合わせた内容を掲載することが望ましいが、7市場ともに訴求できる内容と考えられる場合は、共通の内容となることを妨げない。
- ・特設ページ内や特集記事に、適宜観光コンテンツの予約リンクを貼り、予約への導線を作ること。
- ・新規に掲載した観光コンテンツの販売を促進するため、特設ページ内に新規に掲載した観光コンテンツであることがわかるように表示をすること。
- ・県内の周遊を促進し、滞在時間・観光消費額の増加を図るための工夫をすること。

なお特設ページは、以下の点に注意し、作成すること。

- ・ユニバーサルデザインの視点から、フォントの種類・大きさ、色使い等に配慮し、見やすくわかりやすいデザイン及びレイアウトとすること。
- ・当事業のターゲットである7市場の言語に対応したページを作成すること。各ページの掲載内容は各市場の言語を母国語とするものが執筆し、本県がその内容を確認できるよう、日本語に翻訳したものを提供すること。なお掲載内容を日本語で執筆する場合は、各市場の言語を母国語とし、かつ日本語に精通した翻訳者2名以上による翻訳及び確認を行い、正確性を確保すること。
- ・一般的なブラウザで正常に作動し、閲覧できるものとする。また、PCのほか、スマートフォンやタブレット等様々な端末で閲覧されることを想定したデザインとすること。
- ・音声読み上げソフトへの対応や文字拡大機能など、アクセシビリティに可能な限り配慮したページ構成とすること。
- ・特設ページのアクセス数（PV数、セッション数、アクティブユーザー数等）、特設ページへ流入したアクセス元、特設ページからの予約数が分かるようにすること。
- ・愛知県公式観光WEBサイトとの相互リンクや、本県が提供するPR動画等の活用を検討すること。
- ・特設ページの作成にあたり必要となる画像の手配は、受託者にて行うこと。なお、画像は本県と協議の上、本県又は受託者が所有している画像や各種団体からの借用画像を使用することも可とする。その際に生じる手続き等は、本県が提供する画像を除き、受託者にて行うこと。
- ・特設ページや特集記事に掲載する内容は事前に本県と協議の上、最終的に決定すること。また掲載内容は受託者においてファクトチェックを行い、本県が内容を確認したものを掲載すること。

ウ 特設ページへのアクセス数を増やすためのプロモーション

- ・特設ページのアクセス数を増やすため、SNSやKOL等を活用したプロモーションや、WEBでのターゲティング広告等の誘導広告、メディアやその他オフラインイベント等を活用したプロモーションを行うこと。
- ・プロモーション方法は各市場において効果的だと思われる方法とし、具体的な実施方法は提案によることとする。

- ・広告配信を行う場合は、広告配信に用いるバナー画像等の制作を行うこと。なお、制作するバナー画像等は、対象市場、ターゲットを踏まえ、本県への興味関心を喚起できるようなデザインやキャッチコピーとすること。

(2) セミナー・個別相談会の実施

県内観光関連事業者等に対し、連携先 OTA を活用した観光コンテンツ販売やプロモーション、連携先 OTA への掲載方法を学ぶ機会を提供し、販路拡大や情報発信手法の多様化を促進する。

ア 実施日程等について

- ・実施回数：1回
- ・所要時間：3時間程度
- ・実施場所：名古屋市内
- ・実施方法：対面を基本とするが、オンラインとのハイブリッド開催や録画の配信を行う等、県内観光関連事業者等に対し幅広く情報提供の機会が設けられることが望ましい。
- ・参加対象者：県内観光関連事業者等
- ・想定参加者数：30者程度（対面のみの場合。オンライン配信又は録画配信については、特に上限を定めない。）

イ セミナーの内容

- ・連携先 OTA の全体概要や登録方法、必要経費、手数料等の諸事項、連携先 OTA 掲載にあたっての注意事項を参加者に説明すること。
- ・具体的な登録事例、注意点、インバウンド受入に必要なポイント等を踏まえ、参加者にとって分かりやすく、連携先 OTA への掲載を促進する内容であること。
- ・セミナー終了後、参加者の理解度及び掲載意向をアンケート等を用いて確認すること。アンケート内容は本県と協議の上作成すること。

ウ 個別相談会の内容

- ・セミナー終了後、会場内において引き続き参加者との個別相談会等を実施すること。
- ・個別相談会等の内容や実施方法は、提案によるものとし、より多くの県内観光関連事業者等の OTA 掲載に結びつく内容とすること。

エ 講師の手配

- ・イのセミナーにおいて講演を行う講師の手配をすること。
- ・イのセミナーの講師の他、ウの個別相談会において、参加者からの相談に対応することが可能な人数の講師の手配をすること。

オ 会場の確保・設営

- ・事業の目的に照らし、ふさわしい会場を確保すること。
- ・会場の準備、設営をすること。
- ・必要な使用備品等（PC、プロジェクター、スクリーン、看板等）を手配すること。

- ・会場費や備品代が発生する場合、全て委託料に含むこと。

カ 参加者の募集・調整

- ・本県からの指示に基づき、県内観光関連事業者等の参加に関する事務一切（参加募集、連絡調整、出欠とりまとめ等）を行うこと。
- ・県内観光関連事業者等の参加を募集するためのチラシを作成し、作成したチラシの PDF データを本県へ提供すること。
- ・県内観光関連事業者等へ幅広く周知するための手法を提案すること。
- ・参加者から参加費の徴求は行わないものとする。

キ 運営

- ・準備を含めて、当日の運営一切（シナリオ作成、受付名簿作成、受付要員配置、進行管理等）を行うこと。
- ・参加者全員分の資料を配布すること。

(3) 掲載サポート

ア サポート期間

- ・(2)のセミナー・個別相談会実施後、2か月間以上とする。

イ サポート内容

- ・(2)のセミナー・個別相談会参加者や、まだ連携先 OTA へ掲載がない事業者を中心に、連携先 OTA への掲載に向けたサポートを行うこと。
- ・(2)のセミナー・個別相談会には参加しないが、掲載サポートを希望する県内観光関連事業者等について、サポートの周知や受付、取りまとめを行うこと。なお周知や受付については、(2)のセミナー・個別相談会への参加者の募集と同時に行うことを妨げない。
- ・サポートの内容（支援できる範囲等）や実施方法（例：オンライン相談、現地訪問・調査等）、頻度（例：オンライン相談2回程度等）及びサポート体制については、提案によることとする。
- ・コンテンツの情報を連携先 OTA に掲載するためにかかる登録作業費（翻訳等）は委託料から捻出すること。

(4) KPI 設定及び効果測定

- ・OTA を活用した誘客プロモーションの効果を把握できる KPI（特設ページのアクセス数（PV 数、セッション数、アクティブユーザー数等）・特設ページからの予約数等）を適切に設定し、プロモーション結果の分析を行うこと。
- ・本事業による成果を今後のプロモーションに活用するため、プロモーション結果全般について本県へ提供できるデータや分析可能な内容について提案すること。
- ・県内の観光コンテンツについて、連携先 OTA への掲載数を増加させるための手法を提案すること。
- ・連携先 OTA への県内の観光コンテンツ新規掲載数について、適切な KPI を設定すること。なお、KPI は 30 件以上とする。また、KPI の達成に向け、(2) 及び (3) を実施することにより、それぞれ掲載数が何件増加するかの見込みを提示すること。r

- ・ KPI の達成状況については、中間報告および全期間の最終数値を報告すること。

(5) その他

- ・ (1) で効果的なプロモーションができるよう、(2)、(3)の各内容について、適切なスケジュールを組み、提示すること。
- ・ (1) から(3)の業務の他に、委託金額の上限内で実施可能な事業内容があれば提案すること。なお、提案した内容については、受託者において全ての事務を行うこと。

3 成果物の提出

下記のとおり、実施結果報告書を提出すること。

(1) 記載内容

ア OTA を活用した誘客プロモーションについて

プロモーション期間中のデータを収集した上で、以下の項目について月毎の実績を記載すること。

- ・ プロモーション実績（使用媒体、各市場のプロモーション期間、コンバージョン数（予約数）等）
- ・ 特設ページへのアクセス実績（アクセス数（PV数、セッション数、アクティブユーザー数等）、特設ページへの流入元等）
- ・ SNS（広告を含む）やKOL等を活用したプロモーションを実施した場合は、国別のプロモーション結果（インプレッション数、リーチ数、エンゲージメント数、クリック率、コンバージョン率（予約率）等）。WEB広告を配信した場合は、国別の広告配信結果（インプレッション数、リーチ数、クリック率、コンバージョン率（予約率）等）。その他の場合は、これに相応するような数値を記載すること。

以下の項目については、プロモーション期間の前後も含め、毎月データを収集したうえで、月毎の実績を記載すること。

- ・ 新規で掲載した観光コンテンツの実績（コンテンツ名、内容、登録時期等）
- ・ 販売実績（コンテンツごとの販売件数・金額、国・地域別等）
- ・ 連携先OTA内での愛知県全体の予約実績の推移や、経済効果

イ セミナー・個別相談会について

- ・ 個別相談会での相談内容
- ・ 参加者アンケートの集約結果

ウ 掲載サポート

- ・ 事業者からの問合せ内容及びサポート内容

エ 事業全体

- ・ 本事業全体の成果と分析結果

(2) 提出期日

2026年3月23日(月)

(3) 提出部数

紙媒体(A4判)2部、電子データ(Power Point形式など加工可能なもの)

4 留意事項

- (1) 業務内容については、本仕様書及び企画提案書によること。
- (2) 業務期間中は、業務の経過全般を常に把握している担当者(愛知県との連絡担当者)を置くこと。
- (3) 本業務は、企画競争型随意契約であるため、企画提案の内容を遵守し、進捗状況、今後の進め方等を逐次報告するほか、委託業務の実施に当たって、事前に本県と十分協議を行うこと。
- (4) 本仕様書に特に記載のあるものを除き、委託業務を遂行する上で必要となる一切の経費は、本契約に含むものとし、受託者が負担すること。
- (5) 委託業務の実施に当たり、使用する図表やデータ、画像、映像等の著作権・使用权等の権利については、受託者において、使用許可等を得ること(本県が提供するものを除く。)。なお、これらを怠ったことにより著作権等の権利を侵害したときは、受託者は、その一切の責任を負うこと。
- (6) 委託業務の実施に当たり、障害や事故等の問題が発生したときは、本県に遅滞なく報告するとともに、速やかに誠実な対応を行うこと。
- (7) 受託者は、本業務に係る会計帳簿及び証拠書類について、本業務の終了した年度の翌年度から起算して5年間、本県の求めに応じていつでも閲覧に供することができるよう保存すること。