

※本仕様書は、当該業務の企画提案募集にあたり、業務の概要として、業務内容及び要求事項、確認事項等を示すものであり、最終的な仕様書は、受託者決定後に協議の上、千葉県（以下「県」という。）が作成する。

「位置情報データを活用した観光プロモーション業務」 企画提案仕様書

1 業務名

位置情報データを活用した観光プロモーション業務

2 委託期間

契約締結の日から令和9年3月26日（金）まで

3 目的

位置情報データを基にした人流分析ツール「おでかけウォッチャー」（以下「分析ツール」という。）を活用し、県が把握・整理した観光動向に基づく観光プロモーションを企画・実施することにより、対象地域への来訪促進及び周遊促進の効果を図る。

また、当該観光プロモーションの有効性について、県が分析ツールを用いて検証できるように、受託者は施策実施条件、配信設定、クリエイティブ、導線その他必要な情報の整理・提供を行うものとする。

4 業務内容

観光プロモーションは、下記（1）及び（2）の内容に沿って計2回実施するものとする。なお、各回の企画内容は、県内市町村及び観光協会がプロモーションを実施する際の参考事例となることを想定して立案し、県との協議の上で決定するものとする。

（1）観光プロモーションの企画・実施

ア 県が提示する別記「施策1」及び「施策2」、「提案に当たっての条件」を踏まえ、受託者は観光プロモーションを企画・実施すること。

受託者は、各回について、あらかじめ期待効果（KPI）を設定した企画案（使用するツール又は媒体、コンテンツ方針、導線設計、配信・実施計画、スケジュール等を含む。）を作成し、県と協議の上で決定すること。

イ プロモーション手法は、SNS及びLP（ランディングページ）、Web広告、検索連動広告、動画広告、メール配信、デジタルサイネージ、交通広告等のデジタル手法に加え、チラシ・パンフレット、PRイベント、店頭施策等のオフライン施策も提案可能とする。具体的な手法については、県と協議の上で決定する。

必要に応じて、スタンプラリー、特典付与その他のインセンティブ施策を提案できるものとする。ただし、割引クーポンのみを発行する施策は認めないものと

し、スタンプラリー等のインセンティブ施策の一環として付与する場合に限り、割引クーポンの発行を可能とする。

プロモーションに必要なコンテンツ（コピー、デザイン、LP 素材、バナー、動画、記事等）は受託者が制作すること。制作に伴い必要となる写真・画像・動画・音源等の利用許諾取得（著作権、肖像権、商標等の権利処理、撮影許可、二次利用許諾を含む）及び利用条件の管理は、受託者の責任において行うこと。

提案に当たっては、別記の条件に沿ったプロモーション施策案を提示すること。

【分析ツールの利用に係る留意事項】

- ・株式会社ブログウォッチャーが提供する「おでかけウォッチャー」について、県のアカウントに対する追加 ID として利用すること。

※受託者の利用 ID は 1ID を想定しているが、それ以上必要な場合はその分追加すること。

- ・分析ツール利用にかかる追加 ID 費用（税別 10 万円/1ID）は委託料に含み、受託者が負担すること。

（２）観光プロモーションの効果検証

各回のプロモーション実施後、受託者は、企画作成時に設定した期待効果（KPI）に対する達成状況を検証し、結果を県に報告すること。

なお、受託者は、各回施策結果を踏まえ、効果の大小にかかわらず要因分析を行い、今後の施策に活用可能な改善提案を行うこと。特に、期待した効果が得られなかった場合は、その要因に関する仮説を明示すること。

ア 広告媒体を利用した場合の効果検証

媒体管理画面等のレポートに基づき、配信結果及び指標（例：表示回数、クリック数、CTR、CV 数、CPA 等）を集計・分析し、改善点を提示すること。

イ 県による分析ツール検証の支援

施策の実施条件や配信設定を整理し、県が分析ツールで検証するために必要な情報（施策期間、対象地域・属性、媒体設定、クリエイティブ、遷移先 URL、インセンティブ内容等）を提供すること。

ウ 本件プロモーション以外の要因整理

受託者は、各回のプロモーションの効果検証に当たり、本件プロモーション以外で来訪、周遊、広告効果その他 KPI の変動に影響を及ぼした可能性がある要因を整理し、県に報告すること。

整理対象とする要因には、少なくとも以下を含むものとする。

- (1) 対象施設又は周遊促進先における臨時休館、休業、営業時間短縮、展示内容変更、受入制限 等
- (2) 台風、大雨、強風、大雪、地震その他の自然災害又は気象事象
- (3) 鉄道、バス、道路その他交通機関又は交通インフラに係る運休、遅延、通行止め、交通規制 等
- (4) 国、県、市町村、観光協会、民間事業者その他第三者が別途実施した大型プロモーション、広告配信、キャンペーン、タイアップ、PR イベント、メディア露出 等
- (5) 対象地域又は対象施設周辺における大規模イベントその他来訪増減に影響を与え得る事象
- (6) その他、県が必要と認める事項

受託者は、上記要因について、把握した事実関係、発生日又は発生期間、影響が想定される対象、把握経路及び本件プロモーションへの影響に関する所見を整理し、効果検証結果とあわせて報告すること。

なお、当該整理は、県が分析ツールによる検証結果を解釈するための補助資料として活用することを目的とするため、施策実施期間中に限らず、施策実施前後を含めて必要な範囲で収集・整理すること。

(3) 報告書の作成

(1) 及び(2)の業務の実施内容、結果及び県への報告事項について報告書を作成し、契約期間内に電子データで県へ提出すること。

報告書には、各回の施策概要、制作物一覧（権利処理状況を含む）、使用ツール又は媒体、実施条件及び配信設定、KPI 結果、効果検証結果、改善提案、次回施策への反映方針等に加え、本件プロモーション以外の要因として把握した事項及びその影響に関する整理結果を含めること。

5 経費

委託料の上限は、4,997,300円（消費税及び地方消費税込み）とし、本業務の実施に要するすべての経費は、これに含まれるものとする。

6 その他留意事項

- (1) 企画提案書に事業実施スケジュールを記載し、業務の進捗を適切に管理すること。また、業務の進捗に遅れが見られる場合は、速やかに県に報告すること。
- (2) 業務進捗状況等を把握するため、県と適宜打ち合わせを行うこと。打ち合わせ内容は電子データで報告書を作成し、速やかに県に提出すること。
- (3) 業務の実施に当たっては、県と十分協議し、その指示及び監督を受けなければならない。

- (4) 「県公式X」及び「県公式LINE」に係るアカウント承認が必要となる場合、又は本事業において新たにSNSアカウントを開設する場合は、速やかに県と協議の上、県の運用基準に則り、所要の手続きを経て適切に運用すること。
- (5) 業務の処理を一括して他に委託し、又は請け負わせてはならない。ただし、書面により県の承諾を得た場合は、この限りではない。
- (6) 業務に関して知り得た秘密をみだりに他に漏らし、又は業務以外の目的に使用してはならない。契約期間が終了し、又は契約が解除された後においても同様とする。
- (7) 受注者は、業務の履行に当たり、自己の責めに帰すべき事由により県に損害を与えたときは、その損害を賠償しなければならない。
- (8) 受注者は、業務の履行に当たり、受注者の行為が原因で第三者に損害が生じた場合には、その賠償の責めを負うものとする。
- (9) 本業務により作成した成果物（編集可能データを含む。）に係る著作権その他一切の権利は県に帰属するものとする。ただし、第三者が権利を有する素材等についてはこの限りでなく、県が利用可能な範囲を明示すること。
- (10) 本仕様書に定められた事項以外に疑義が生じた場合は、県及び受注者は遅滞なく協議を行うものとする。

別記

○施策 1

(1) 基本方針

ア 「道の駅しょうなん」は近隣エリアの中では来訪者が多いことから、周辺地域への波及効果が期待できる拠点として位置づけ、周遊を促す。

イ 1日がかりの周遊体験の訴求により、滞在時間延長につなげていく。

ウ 「道の駅しょうなん」では50歳以上の来訪者の割合が高いことから、当該層を主なターゲットとし、自然景観と文化施設を組み合わせることで、訴求力と実行性の高い観光動線の形成を目指す。

エ 既に一定程度の来訪実績がある茨城県、栃木県、埼玉県および東京都在住者を主要なターゲットとするとともに、現時点での来訪は少ないものの、地理的な方向性が近い群馬県在住者についても、ターゲットに加える。

(2) ターゲット：50歳～69歳男女

(茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県、東京都在住)

(3) 実施期間：11月～12月

(4) 周遊ルート：手賀沼周辺の日帰りコース

杉村楚人冠記念館→白樺文学館・志賀直哉邸跡→旧村川別荘
→我孫子市鳥の博物館→手賀沼親水広場・水の館→道の駅しょうなん
→手賀沼公園（夕陽）

○施策 2

(1) 基本方針

ア 近隣エリアの中では「海の駅九十九里」や「菅原工芸硝子」、「九十九里ハーブガーデン」への来訪者が多いことから、これら観光スポットを周辺地域への波及効果が期待できる拠点として位置づけ、広域での周遊を促す。

イ 九十九里町は日帰り利用が中心である一方、白子町・長生村は宿泊需要の受け皿となっていることから、白子町・長生村への宿泊誘導につなげていく。

ウ 20代～40代女性の来訪割合が高い観光地や、既に一定の周遊実態が確認されている地点を組み合わせることで、女性を含むグループに訴求しやすく、かつ実行性の高い観光動線を形成することを目指す。

(2) ターゲット：20歳～49歳女性（東京都、神奈川県、埼玉県在住）

(3) 実施期間：1月～2月 ただし年始除く

(4) 周遊ルート：九十九里エリアを周遊し白子温泉に宿泊するコース

1日目 高秀牧場→道の駅つどいの郷むつぎわ→玉前神社→白子温泉（宿泊）
→（チェックイン後、白里海水浴場にて夜空や朝日を眺める）

2日目 白子神社→菅原工芸硝子→九十九里ハーブガーデン→片貝海水浴場
→海の駅九十九里

【提案に当たっての条件】

- (1) 各施策のターゲット属性を踏まえ、PR表現、立寄施設の選定及び滞在内容について、一貫性のある提案とすること。
- (2) 各観光スポット及び立寄施設については、営業時間、定休日、最終入館時刻、季節営業の有無、日没時刻等を踏まえ、実現可能な行程となるよう提案すること。
- (3) 周遊ルートの提案に当たっては、主たる移動手段を明示するとともに、スポット間の移動時間、駐車場の有無及び交通混雑の可能性等を考慮すること。
- (4) 各スポットにおける滞在時間、移動時間、食事時間及び休憩時間を含め、ターゲット層にとって無理のない行程となるよう配慮すること。
- (5) 食事のタイミングを含めて提案すること。なお、必要に応じて、周遊ルートの途中に食事施設を組み入れることを可とする。
- (6) 各観光スポットにおけるPR内容について提案すること。
- (7) 施策1においては、宿泊施設を具体的に指定しないこと。なお、PRに当たっては、白子温泉全般に関する内容とすること。