

冬・春のひろしま観光ブランドプロモーション業務委託仕様書

1. 業務の名称

冬・春のひろしま観光ブランドプロモーション業務

2. 期間

契約日から令和9年3月31日

3. 場所

首都圏を中心とする国内主要都市及び広島県内等

具体的な実施場所・媒体等については、受託者からの提案を踏まえ、広島県観光連盟（以下、「HIT」という。）と協議の上決定する。

4. 目的・背景

HITでは、県内の宿泊者数の増加を目的として各種施策を実施している。本業務では、冬から春にかけての広島の新しく魅力的な過ごし方を提案し、情報発信を通じて広島のブランドイメージを形成するとともに、冬・春期の誘客を促進し、観光需要の平準化につなげることを目的とする。

特に、首都圏等からの航空便による来訪に着目し、「空から行く旅（航空便利用）」と広島ならではの観光体験を結び付けることで、広島空港を起点とした旅行の魅力を発信し、誘客につながる情報発信基盤整備を行う。

本業務では、「ひろしまの朝」「ひろしまの夜」を主要なキーワードとして、航空便利用を起点とした景色、食、人、自然等の魅力をはじめ、歴史、文化、癒し、ものづくり等の多様な地域資源を組み合わせ、広島の新しい「朝」と「夜」の過ごし方を提案する。なお、本業務は情報発信を主とするものであり、個別観光施設、または事業者等への送客のみを目的とするのではなく、冬・春の広島に対する新たなブランドイメージの創出を重視する。

5. 時期

冬期から春期（概ね1月から3月）における誘客を実現するために必要な期間

具体的な広告配信、情報発信、コンテンツ公開等の時期については、旅行需要や航空便の特性等を踏まえ、受託者の提案を基にHITと協議の上決定する。

6. 対象

本業務における主たる対象は、以下を想定する。

- ・地域：首都圏を中心とする国内遠方地域

7. 業務内容

業務内容の詳細についてはHITと協議のうえ実施すること。なお、以下に記載する内容は、現時点で想定される業務・成果物を例示したものであり、全てを必須とするものではない。本業務の目的達成に有効な項目を優先して提案すること。

(1) ブランディング及びクリエイティブ制作

本業務の目的及びコンセプトを踏まえ、プロモーション全体のブランドイメージを設計し、メインビジュアル、キャッチコピー等のクリエイティブを制作すること。

ただし、「おはよう広島。」「おやすみ広島。」のブランドコンセプトをクリエイティブに反映すること。なお、その表現方法については、「おはよう広島。」「おやすみ広島。」の両方またはいずれか一方をブランドコピーとして使用するほか、両者のコンセプトが伝わるロゴデザイン等を提案することも可とする。

(2) 誘客コンテンツの作成

観光客の旅行動機となる観光コンテンツを下記に沿ってまとめ、必要に応じて予約・詳細情報までの導線を含めてわかりやすく情報発信すること。

(ア)「おはよう広島」及び「おやすみ広島」の二つの軸に基づき、旅行者の来訪動機、県内周遊及び宿泊につながる観光コンテンツを企画・編集すること。

(イ)朝および夜について、それぞれ5エリア以上を目安として、旅行者が体験する観光行動、情景、時間及び旅の価値が伝わる様に設定すること。また、広島県らしい観光資源を活用し、全県的なバランスに配慮すること。ただし、全市町・全地域の網羅を目的とするものではない。なお、旅行者が実行可能な旅程となるよう配慮すること。

(ウ)観光エリア・コンテンツの選定にあたっては、広島空港を起点とする旅行であることを踏まえ、空港からのアクセス性及び広島空港を起点とすることによる親和性を考慮すること。

(3) プロモーションの実施

本キャンペーンの認知を促進し、広島への誘客を実現するために必要なプロモーションを行うこと。また、当該プロモーション実施に必要な素材などを作成すること。主たるターゲットに対し、効果的にリーチできるよう、活用する媒体を選定すること。加えて、どの媒体によるプロモーションが効果的であったか検証できるよう設計すること。配信期間は、令和9年1月前半から同年3月頃までを基本とする。

(4) その他

その他業務の実施に必要なことを行うこと。

また、情報発信及び観光コンテンツへの誘導において、Webページの制作・公開が有効と考えられる場合は、その必要性、活用方法等を含めて提案すること(公式

観光サイト Dive! Hiroshima を活用するの也可)。

なお、Web ページの制作・公開は必須とせず、他の情報発信手段を含め、本業務の目的達成に効果的な手法を提案することとし、当該提案の場合は、コンセプト、観光コンテンツ、広島空港を起点とする旅行情報等を掲載するとともに、公開後の保守・管理及び契約終了後の引継ぎ方法についても提案すること。

また、広島県のローカルキャラクター「ひろくま」を活用すること。ひろくまの具体的な活用方法、活用範囲及び表現については、本業務のコンセプト及びブランドイメージとの整合性を踏まえ、受託者から効果的な活用方法を提案すること。

加えて、ひろくまの露出量や活用範囲の大きさ等を重視するのではなく、本業務の目的及びコンセプトとの整合性や、プロモーションとしての効果を目指した活用方法を提案すること。なお、ひろくまを活用する際は、広島県が定める「ひろくまスタイルガイド」及び「ひろくま派遣の手引き」の内容を事前に確認し、その趣旨及び定められた使用方法等を遵守すること。ひろくまの出演・派遣を伴う場合は、同手引きに基づき、必要な手続き及び調整を行うこと。

なお、HIT との定例会議を原則として月 2 回程度開催し、進捗、課題、確認事項及び翌週までの対応を共有すること。ただし、必要に応じて随時協議を行い、最終決定とするものとする。実施施策における効果を可能な限り数値化し、改善のための検証を行うことが出来るようプロモーションのリーチ数や CVR などが計測できる設計とすること。

8. 目標設定

HIT と協議の上、本業務の目的である冬・春期の誘客及び宿泊を伴う旅行需要の喚起に向けて、各実施内容における必要な定量的な成果指標を設定し、達成できるよう業務を行うこと。成果指標は、広告表示回数等だけではなく、Web ページへの流入、朝及び夜のコンテンツ閲覧、ひろしま公式観光サイト Dive!Hiroshima 等への遷移、航空会社等への外部リンククリック、SNS 上の反応等を含め、施策の効果及び改善可能性を把握できるものとする。

9. 全体運営

本事業の全体管理・運営を担い、事業の円滑な進行を行うこと。

HIT との情報共有体制を構築すること。(定例ミーティングの設定や、シェアフォルダの設定など) 受注者は本業務に係る企画、交渉、調整、諸手続き、各種手配等の一切の業務を行うものとし、広島県及び県内市町の関係部署、県内施設、掲載施設、関係団体等と十分に連携して実施すること。

10. 納品物

本事業で作成したすべての文章、画像、動画、Web ページのデータなどを HIT の指示通り整理をした状態で納品を行うこと。(例：キービジュアル、バナー、動画、LP データ、原稿、撮影した写真素材、広告素材、計測関連資料など)また、業務の報告書を提出すること。

11. 報告書の提出

業務内容を集約し、下記必須記載内容を含めた報告書を、事業完了後 10 日以内に電子データにより HIT へ提出すること。

＜報告書への必須記載内容＞

- ・業務概要
- ・業務実施内容
- ・プロモーションの施策別の効果
- ・課題および改善策のとりまとめ
- ・その他 HIT から指示のある内容

12. 成果の帰属及び秘密保持

(1) 本業務から発生した物件、成果品の所有権、著作権及びその他の権利は全て HIT に帰属するものとする。

(2) 成果品について、第三者が権利を有する著作権が含まれる場合には、受託者は当該既存著作物等の使用に必要な費用の負担及び使用許諾契約等に関わる一切の手続きを行うこと。

(3) 受託者は成果品にかかる著作者人格権を有する場合においても、これを行使しないものとする。

(4) 秘密保持

① 本業務に関し、受託者が HIT から受領又は閲覧した資料等は、HIT の了解無く公表又は使用してはならない。

② 受託者は、本業務で知り得た HIT 及び事業者等の業務上の秘密を保持しなければならない。

13. 第三者への対応等

事業等に関する問い合わせや意見等に対しては、誠実に対応し、紛争等に発展しないよう最大限努めること。

14. その他

(1) 受注者は、本業務の実施にあたって、不明瞭な点や改善の必要性があると認められる場合は、HIT と協議し、その指示に従うこと。

(2) 承認を得た事業計画書の内容が未実施の場合や見積もり時に想定した費用が発生しなかった場合など、必要経費が契約時の委託料を下回った場合、減額したうえで委託料を支払うものとする。

- (3) 事業計画等に重要な変更が生じる場合には、事前に HIT と協議を行うこと。
- (4) 不測の事態が発生した場合においては、速やかに HIT に報告すること。
- (5) その他、本契約の範囲内において、この仕様書に記載のない事項については、関係者において協議し、決定する。