

令和8年度外国人観光客誘客ウェブプロモーション業務委託仕様書

1 委託業務名

令和8年度外国人観光客誘客ウェブプロモーション業務委託

2 事業目的・ターゲット等

(1) 事業目的

神奈川県が保有し、公益社団法人神奈川県観光協会（以下「発注者」という。）が運営する外国語観光情報ウェブサイト「Tokyo Day Trip-Kanagawa Travel Info-」（以下「外国語観光サイト」という。）を通じたプロモーションはより一層重要なため、外国語観光サイトへの流入を促すウェブプロモーションを実施し、神奈川県の認知度向上と外国人観光客の誘客を促進する。特に、近年、外国人の旅マエにおける動画サイトを通じた情報収集は増加傾向にあるため、動画を活用したプロモーションの実施を強化する。

(2) ターゲット・目標

対応言語圏の国・地域（その中でも主要ターゲットは米国、英国、ベトナム、中国、台湾とする）に対し、神奈川県を無認知から認知へと促すための「①旅先としての神奈川県の認知率向上」、認知から興味関心へと促すための「②旅先としての神奈川県の興味関心度向上」、興味関心から比較検討へ促すための「③旅先としての神奈川県の想起率向上」、比較検討から予約購入へ促すための「④旅先としての神奈川県の予約率向上」の4つを目標とする。（参考：日本政府観光局（JNTO）

「世界 22 市場を対象とした国外旅行・訪日旅行に関する新たな調査結果を公表」
<https://www.jnto.go.jp/news/20240125.pdf>）

3 委託期間

契約締結日から令和9年3月31日（水）まで

4 委託業務内容

外国語観光サイトへの流入を促すウェブプロモーションを次に記載する内容に従って実施すること。本業務の遂行に当たり有用と考えるその他の事項について企画・提案し、発注者と協議の上、実施すること。

なお、(1) ウェブ広告の配信、(2) 外国人に向けた P R、(3) その他提案事項のうち、(1) ウェブ広告の配信に重点を置いた提案とすること。

- ・ 外国語観光サイトトップページの U R L（英語）
<https://trip.pref.kanagawa.jp/>

- ・ 外国語観光サイトの対応言語

①英語、②中国語（簡体字）、③中国語（繁体字）、④韓国語、⑤ベトナム語、⑥タイ語

(1) ウェブ広告の配信

ア 広告の種類【企画提案事項】

広告の種類について、以下(ア)から(ウ)として、費用配分（割合）を提案し、発注者と協議の上、実施すること。提案に当たっては、費用配分（割合）についての考え方を示すとともに、広告のイメージ案、提案内容が有効だと考える根拠を示すこと。また、YouTubeチャンネル「Kanagawa Travel」(<https://www.youtube.com/@kanagawatravel>)に掲載されている動画の活用を含むこと。

なお、使用する動画は発注者と協議の上、決定すること。

(ア) バナー広告

神奈川県の観光地の魅力を外国人に対して訴求するバナー画像またはバナーディスプレイを作成し、検索サイトと連携した広告を提案し配信すること。提案に当たっては、を利用する検索サイトと作成するバナーアイメージ案を記載すること。

(イ) 検索連動型広告

神奈川県の観光地の魅力を外国人に対して訴求するキーワードを選定し、検索サイトと連携した広告を提案し配信すること。提案に当たっては、キーワードの選定例を記載すること。

(ウ) SNSを利用した広告

神奈川県の観光地の魅力を外国人に対して訴求するために有効と考えるSNS媒体を提案し配信すること。提案に当たっては、SNS媒体例と動画広告の配信を含めた広告のイメージ案を記載すること。

利用する媒体については、TikTokを対象外とする。また、中国版SNS「Shina Weibo」及び「RED」は、受託者自らが当該SNSの公式アカウントを保有している場合に限り、当該アカウントを用いた広告配信を行うことができるものとする。

イ 広告の配信対象【企画提案事項】

外国語観光サイトの対応言語を考慮した適切な国と地域を選定し配信対象とすること。選定に当たっては、日本政府観光局（JNTO）世界の市場別基礎情報(https://www.jnto.go.jp/jpn/inbound_market/index.html)等や受注者の知見を基に、国別の旅行情報収集源の特性を考慮した上で有効と考える根拠を示すこと。

ウ 広告の配信期間

イで選択した国と地域別に、最適な配信期間を検討し、発注者と調整し実施すること。

エ 広告からのリンク先

リンク先は、原則として外国語観光サイトとすること。

オ 広告の配信

アからエの事項について、発注者と協議の上、実施内容を決定し、広告を配信すること。

カ 配信結果の測定

広告の表示回数、クリック数、クリック率、その他発注者が求める数値、広告閲覧者の属性（国・地域、年代等）の測定結果を発注者に報告すること。また、測定結果に応じて、効果を検証し改善と提案を行うこと。

(2) 外国人に向けたPR【企画提案事項】

インターネットで旅行情報を収集する訪日意欲が高い海外の人々に対して、神奈川県の観光情報を効果的に発信するためのPRの実施方法を提案し、実施すること。

ア 利用媒体の選定

外国人に対して効果的に訴求可能かつ、費用対効果が高く、訴求力のある媒体を3種類以上選定し、提案すること。また、選定した媒体について、契約締結後に発注者と協議の上、利用媒体を2種類決定すること。選定に当たっては、日本政府観光局（JNTO）世界の市場別基礎情報（https://www.jnto.go.jp/inbound_market/index.html）等や受注者の知見を基に、国別の旅行情報収集源の特性を考慮した上で有効と考える根拠を示すこと。

イ PR方法の決定

アで選定した媒体におけるPRの実施計画案を作成し、発注者と協議の上、PR方法を決定すること。

ウ PRの実施

イで決定した実施計画に基づき、PRを実施すること。PRの実施に当たっては、外国語観光サイトへの流入を促進するとともにエンゲージメント時間（滞在時間）数を伸ばし、エンゲージメント率（直帰率）を下げるための施策を講じること。

エ PR実施結果の報告

PRの実施結果を取りまとめ、発注者に報告すること。取りまとめに当たっては、クリック数やクリック率など、各利用媒体において測定可能な指標を可能な限り盛り込むこと。

(3) その他提案事項【企画提案事項】

(1)及び(2)の提案事項の他、旅マエの外国人に向けたPRについて効果的と考えられるアイデアを委託料の範囲内で、その根拠とともに追加提案し、実施すること。

5 本事業のKPI

(1) コンバージョン

外国語観光サイトのエンゲージメント率や回遊率の改善、エンゲージメント時間（滞在時間）の増加やオーガニック検索数の増加の推移がわかるようなKPIを設定し、効果測定を実施してP D C Aサイクルを実行すること。KPIの設定については発注者と協議の上、決定すること。

(2) 表示回数（PV数）

外国語観光サイトの表示回数（PV数）について、契約締結日から令和9年3月24日（火）までの期間における通算で、自然流入数を含めて1,477,400回以上を目指すこと。

なお、表示回数等の計測は、発注者が別途指示するアクセス解析システムにより行うこと。

6 スケジュール

事業実施スケジュールは、契約締結後速やかに作成し、発注者の了承を得た上で決定する。

7 成果物

(1) 月次報告書

月次報告書（PDF形式（任意）と発注者の指定するExcel形式）を作成し、翌月15日まで（令和9年3月分は令和9年3月31日（水）まで）に発注者に提出すること。月次報告書については、広告の表示回数、クリック数、クリック率、その他発注者が求める数値、広告閲覧者の属性（国・地域、年代等）の測定結果の数値報告だけでなく、数値の分析解釈や、来年度に向けた提案も記載すること。

提出に当たっては、電子メール又はCD-R等の電磁的記録媒体により納品すること（電磁的記録媒体の購入費用は委託料に含める。）。

(2) 業務完了届及び最終報告書

業務完了届（別紙様式）及び最終報告書（PDF形式）を作成し、令和9年3月31日（水）までに発注者に提出すること。

提出に当たっては、電子メール及び印刷した原本1部を郵送又は持参により納品すること。

(3) 提出先

神奈川県横浜市中区山下町1 シルクセンター3階

公益社団法人神奈川県観光協会 県事業推進部

8 留意事項

本業務の実施に当たっては、次に記載する事項に留意すること。

(1) プロモーション実施対象の特性

プロモーション実施に当たっては、対象となる国・地域、年代、性別、興味・関心等の特性を考慮し、費用対効果の高いプロモーションを実施すること。

また、外国語観光サイトの運営状況や実施内容及び発注者または神奈川県が運営しているSNS（「Facebook（ベトナム語）」、「Facebook（英語）」、「Facebook（繁体字）」、「Instagram（英語）」、「X（旧Twitter）（英語）」、「Shina Weibo（簡体字）」及び「RED（簡体字）」）の事業内容についても、状況を隨時把握し、効果的にプロモーションをすること。

(2) 統計データ等の活用

PRの実施時期や実施方法等の検討に当たっては、外国人観光客に関するビッグデータや公的機関の調査結果等を積極的に活用すること。また、発注者又は神奈川県が取得する予定の訪日外国人に関する観光データ（観光コンテンツ毎の国籍別人流データ等）の提供があった場合は活用すること。

(3) 提案事項に関する協議

受注者が提案した事項の実施内容や実施方法については、契約締結後に発注者と協議の上、決定する。また、契約締結後に提案内容からの変更もあり得るので留意すること。

(4) 著作権の帰属

ア 本業務の履行に伴い生じた著作物の著作権（著作権法（昭和45年法律第48号）第21条（複製権）から第28条（二次的著作物の利用に関する原著作者の権利）までに規定する全ての権利）については、発注者及び神奈川県に無償で譲渡すること。

イ 本業務の履行に伴い生じた著作物の著作者人格権について、受注者は将来にわたり行使しないこと。また、受注者は本業務の履行に伴い生じた著作物の制作に関与した者について著作権を主張させず、著作者人格権について行使しないものとする。

ウ 本業務の履行に伴い使用する画像、動画、イラスト、その他資料等について、第三者が権利を有するものを使用する場合、第三者との間で発生した著作権その他知的財産権に関する手続や使用権料等の負担と責任は、全て受注者が負うこと（発注者が提供したものを除く。）。

エ 発注者及び神奈川県は、成果物について神奈川県の観光振興を目的とし、観光行政の推進に資する広報媒体への掲載に使用することができ、著作権法第20条第2項第3号又は第4号の規定に基づく改変、著作権法第47条の4第1項第3号の

規定に基づく複製、翻案を行うことができる。

(5) 法令等の遵守及び守秘義務

ア 受注者は、本業務の実施に当たり、関係法令、条例、規則等を十分に遵守すること。

イ 受注者は、本業務の履行により知り得た業務委託の内容を第三者に漏らしてはならない。

(6) 成果物の瑕疵担保責任

ア 成果物に瑕疵があったときは、受注者は発注者の指示に従い、速やかに訂正しなければならない。

イ 提出するデータや記録媒体については、発注者へ提出する前に必ずウイルスチェックを行うこと。

(7) 再委託が必要な場合の取り扱いについて

ア 受注者が、業務上の必要性により委託業務の一部を再委託する際は、企画提案時に再委託する業務、相手方等を明らかにし、契約締結後に発注者に届出をし、書面により承諾を得ること。

イ 再委託する業務、相手方等に変更がある場合は、受注者は、その都度、発注者の承諾を得ること。

ウ 作業責任者の業務については再委託してはならない。

(8) その他

ア プロモーションの実施に当たっては、発注者の信用を損なうもの、又は印象を悪化させるおそれのある媒体への掲載を避けること。

イ 透明性確保、費用対効果の明確化のため、ウェブ広告の掲出費用と管理費を分けて見積もること。

ウ プロモーション実施媒体としてウェブサイトを利用する場合は、そのアクセス数（例：令和7年12月の表示回数）等を提案時に明示すること。また、スマートフォン向けのアプリ等を利用する場合は、そのアプリのダウンロード数、利用者数等を提案時に明示すること。

9 その他

- (1) 受注者は、発注者と十分な協議を行いながら本業務を進めることとし、作業内容及び本仕様書の内容に疑義が生じた場合は、その都度、発注者と協議すること。
- (2) 受注者は原則として1か月に1回進捗会議を開催し、業務の進捗状況を発注者に対して報告すること。
- (3) 発注者は、契約期間中、いつでもその作業状況の報告を求めることができる。
- (4) 個人情報の保護に関して、別添「個人情報保護に関する特記事項」を遵守すること。

と。

- (5) 本仕様書に定めのない事項や、本仕様書によりがたい事項が発生した場合は、その都度、協議の上、対応する。

(別紙様式)

業務完了届

令和 年 月 日

公益社団法人神奈川県観光協会会長 殿

(受注者)

所在地：

法人名：

代表者（職・氏名）： 印

次のとおり、業務を完了しましたので報告します。

契約名	令和8年度外国人観光客誘客ウェブプロモーション業務委託
契約年月日	
契約金額	
契約期間	
完了年月日	
特記事項	

※ 本件にかかる責任者及び担当者の役職、氏名及び連絡先記載の場合、代表者印の押印省略可能