

## 広島「食」による観光キャンペーン業務基本仕様書

### 1 業務名

広島「食」による観光キャンペーン業務

### 2 業務の目的

広島ならではの特色ある「食」をテーマとして、広島市内及び広島広域都市圏内（以下、「圏域内」という。）の周遊を促進する取組やプロモーション活動を行い、圏域内における観光客の増加及び滞在時間の延長を図る。

### 3 業務の概要

以下の2つのキャンペーンを実施する。

#### (1) 瀬戸内かき海鮮食堂

カキを始めとする広島湾七大海の幸（メバル・コイワシ・オニオコゼ・アサリ・クロダイ・カキ・アナゴ）などの地元の魚介類を使用した店舗のメニューとともに、広島海産物の多様な魅力をPRする。

【キャンペーン期間】令和8年11月1日～令和9年2月28日

#### (2) 広島てっぱんバル

お好み焼をはじめ、地域のブランド肉や広島近郊7大薬物野菜（青ねぎ・ほうれんそう・サラダみずな・パセリ・こまつな・しゅんぎく、広島菜）等を用いた店舗のメニューとともに、広島の鉄板料理の魅力をPRする。

【キャンペーン期間】令和9年5月1日～令和9年8月31日

### 4 履行期間

契約締結の日から令和9年9月30日まで

### 5 ターゲット層

首都圏等の20代～30代の女性、ファミリー層

### 6 委託業務の内容

前記3の各キャンペーンにおいて、以下の業務を実施すること。

#### (1) 参加型周遊イベントの企画及び運営

ア 圏域内の対象店舗※を巡るスタンプラリー企画を実施すること。

※各キャンペーンの対象店舗

##### 【瀬戸内かき海鮮食堂の対象店舗】

地元の魚介類（広島湾七大海の幸等）を使用したメニューを提供する圏域内の飲食店舗。

##### 【広島てっぱんバルの対象店舗】

地元の食材（広島近郊7大薬物野菜や地域のブランド牛等）を使用し、お好み焼などの鉄板料理を提供する圏域内の飲食店舗。

イ イベントの実施期間は、以下のとおりとする。

- ・瀬戸内かき海鮮食堂 令和8年11月1日～令和9年2月28日
- ・広島てっぱんバル 令和9年5月1日～令和9年8月31日

ウ イベントの対象店舗を圏域内の飲食店舗から募集すること。

エ 前記ウと別に、発注者が指定する店舗（前回参加店舗：瀬戸内かき海鮮食堂76店舗、広島てっぱんバル87店舗）に対して、個別に参加確認を行うこと。

オ イベントの対象店舗は、瀬戸内かき海鮮食堂60店舗以上、広島てっぱんバル80店舗以上とし、新規参加店舗の獲得に努めること。なお、最終的な対象店舗は、発注者と協議の上で決定する。

カ イベントのスタンプラリー企画は、対象店舗で食事をした場合（会計時）に、デジタル上で、スタンプが集められる形式とする。

キ イベントのスタンプラリー企画は、参加意欲の向上に加えて、観光客の夜間の滞在を促す工夫を取り入れること。なお、景品を用いる場合は、景品表示法に抵触しないよう十分に留意すること。

【参考】消費者庁HP [https://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair\\_labeling/](https://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/)

ク 対象店舗及びイベント参加者からの問合せに対して、迅速に対応できる体制（例：コールセンターの設置等）を配置すること。

ケ イベントに付随する対象店舗との連絡調整や広報物の設置依頼等は受託者が行う。

コ 対象店舗及びイベント参加者による不正（食事なしでのスタンプ獲得等）が発覚した場合は、速やかに発注者に報告するとともに、発注者と協議の上、当該店舗又はイベント参加者をイベント対象外とするなど、必要な措置を講じること。

サ キャンペーン名については、発注者と協議の上、決定すること。

## (2) 参加型周遊イベントに係るプロモーションの実施

ア イベント参加を促すことを目的としたWEB広告などのプロモーションを実施すること。

（例：WEB広告、SNS広告、テレビCM、新聞広告、サイネージ掲載等）

イ 当プロモーションに要する経費は、当業務全体経費（委託額）の40%以上とする。

ウ 参加型周遊イベントの実施内容や参加方法、対象店舗の紹介、「食」をテーマとする圏域の周遊モデルコース、広島のご当地グルメ特集等の情報を掲載した特設サイトを制作し、公開すること。

エ ポスター及びパンフレットなど、イベントの周知に係る広報物を製作し、対象店舗や市内観光案内所等へ配送すること。配送先等は、発注者と協議の上、決定する。なお、パンフレットには、前記6(2)ウで制作する特設サイトのモデルコースやご当地グルメ特集等の情報を反映すること。

### 【各イベントの広報物・必要最低個数】

- ・ポスター（フルカラー）：A3サイズ/150枚 A2サイズ/150枚 B2サイズ/50枚
- ・パンフレット（フルカラー）：A4サイズ×8ページ程度、5,000部
- ・卓上のぼり：100機      ・のぼり：30枚

オ プロモーションの実施時期は、イベント開始の概ね2週間前からイベント終了日までとする。ただし、イベントを中止した場合は、同日をもってプロモーションも中止する。

カ 実施するプロモーションの内容は、発注者と協議の上、決定する。

## (3) SNSを活用した情報発信

広島の特徴ある「食」の魅力を広く発信し、圏域への誘客及び周遊促進を図るため、SNSアカウントを通じた記事投稿やSNSを活用したキャンペーン等を実施する。

当業務で運用するSNSアカウントは下表のとおり。

①アカウント名	hiroshima_syoku (Instagram)
②フォロワー数	約17,000人（公示日時点）
③運営主体	広島「食」の観光キャンペーン実行委員会 （事務局：広島市経済観光局観光政策部）

#### ア SNSアカウントの記事投稿

- (ア) SNSアカウントに投稿する観光素材の選定、写真や動画の撮影・編集、記事作成、記事の投稿などを行うこと。
- (イ) 投稿する素材は、圏域内のグルメや食に係る観光名所、イベント対象店舗のメニュー紹介、知名度は低い但魅力的なグルメなど、圏域内への観光の目的となりうる素材を選定すること。
- (ウ) 食事中の様子など、動的な素材については、積極的に動画を活用すること。
- (エ) 撮影には、適宜、モデルを起用して、人物入りの写真等を投稿に活用すること。
- (オ) 原則として、イベント実施期間中は、週2回以上記事投稿を行うこと。うち月2回以上はリール投稿とすること。
- (カ) Instagramアカウント「ひろたび【広島市観光政策部公式】」や観光ホームページ「Dive! Hiroshima」との連携を図り、投稿内容の共有や相互の認知向上（フォロー促進）を行うこと。
- (キ) 投稿内容は、投稿予定日時とともに、投稿前に発注者の確認を受けること。
- (ク) 投稿する店舗などの情報は、取材等に基づき、正確に掲載すること。
- (ケ) 閲覧数を増加させるための効果的なハッシュタグを作成すること。
- (コ) 投稿に使用する写真及び動画は、原則、新規撮影又は店舗等から提供を受けたものとする。
- (サ) 写真や動画、BGM等の使用に関しては、著作権等の権利関係の問題が発生しないものを使用し、許諾が必要な場合、手続等は受託者が行うこととする。

#### イ SNSを活用したキャンペーンの実施

- (ア) 圏域内の「食」の魅力を広く発信するための効果的なキャンペーンを、SNSアカウントを活用して実施すること（プレゼントキャンペーン等）。
- (イ) 瀬戸内かき海鮮食堂及び広島てっぱんバル開催期間中に、各1回以上実施すること。
- (ウ) インフルエンサー（フォロワー5万人以上）を2名以上起用し、当該キャンペーンの周知に繋がる投稿を各1回以上行うこと。
- (エ) 詳細については、発注者と協議の上決定すること。

#### (4) PRイベントの実施

- ア キャンペーンごとに各2回（計4回）以上、PRイベントを実施すること。各2回の内訳は、首都圏1回、関西圏1回とする。
- イ PRイベントは、会場を確保して開催するもの又は既存の観光イベント等へのブース出展とする。
- ウ PRイベントは、参加型周遊イベントの認知度向上や参加者数増、広島の「食」の魅力発信につながる内容とする。
- エ PRイベントの実施に係る業務（会場確保や申込、設営、装飾、景品・配布物の準備、当日の人員確保等）は全て受託者が行うこととする。

#### (5) 広島の「食」をテーマとした体験型観光プログラムの企画

広島近郊7大葉物野菜、地域のブランド牛を活用した新規の体験型観光プログラムを1件以上企画すること。企画した内容は試行的に実施し、事業化に向けた検討及び報告を行うこと。

#### (6) その他の効果的な取組（独自提案）

本仕様に関わらず、本業務の目的に対して効果的な企画等を、提案の上、実施すること。

#### (7) 効果検証

各キャンペーンにおける前記6(1)のイベント参加者や対象店舗を対象に、アンケートの実施及び集計すること。アンケートの実施に当たっては、参加者や店舗に負担をかけず、協力を得られやすい方策とするよう努めること。

## 7 委託限度額について

本業務の委託限度額は、14,926千円以内（消費税及び地方消費税を含む。）とする。

## 8 成果物の著作権等

- (1) 本業務の実施に伴う、著作権など一切の権利については発注者に帰属するものとする。
- (2) 成果物は1次利用及び2次利用共に無償で使用できるようにすること。なお、無償利用が難しい場合、発注者と協議し、決定する。

## 9 業務実施状況報告書及び実施報告書

各キャンペーン実施期間中において、月に1回、前記6(1)のイベント参加者やSNSアカウントの運用状況を記載した業務実施状況報告書を作成し、発注者に提出すること。

また、下表の提出期限までに、前記6(1)のイベント実施結果や前記6(3)のSNSアカウントの運用実績（フォロワー数の推移やいいね数、キャンペーン参加人数・属性等）、前記6(4)のPRイベントの実施結果、アンケート結果及び分析、今後の事業展開に有効と考えられる施策等を記載した実施報告書を作成し、発注者に提出すること。

実施報告書	記載内容	提出期限
瀬戸内かき海鮮食堂	契約日から令和9年2月末までの事業成果、アンケート結果など	令和9年3月31日
広島てっぱんバル (令和9年3月分まで)	契約日から令和9年3月末までの事業成果など	
広島てっぱんバル	契約日から令和9年8月末までの事業成果、アンケート結果など	令和9年9月30日

## 10 納品する成果物

- (1) ポスター及びパンフレット等のデザインに関しては、Adobe Illustrator データ及びPDFデータで納品すること。
- (2) 委託業務の実施により生じた成果物（アンケート結果、SNSアカウントの投稿写真等）を目録化し、実施報告書とともに提出すること。なお、本業務により取得した動画や画像等は、DVD等の電子媒体により提出すること。
- (3) 提出先は以下のとおりとする。

広島「食」の観光キャンペーン実行委員会事務局  
広島市経済観光局観光政策部観光プロモーション担当  
〒730-8586 広島市中区国泰寺町1-6-34

## 11 その他

本仕様に定めのない事項については、発注者及び受注者で協議の上、決定することとする。