

# 広島「食」による観光キャンペーン実施業務委託仕様書

## 1 業務名

広島「食」による観光キャンペーン実施業務

## 2 業務の目的

観光に必須のコンテンツであり旅の目的となりうる「食」に焦点を当て、広島市及び広島広域都市圏の周遊を促進する取組、プロモーション活動を行い、観光振興を図る。

## 3 業務の概要

### (1) キャンペーン期間

令和2年11月～令和3年2月

### (2) 瀬戸内かき海鮮食堂

かき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テーマとする「食」の観光キャンペーンを実施する。

### (3) 広島てっぱんバル

お好み焼きをはじめ、地域のブランド肉や広島湾七大海の幸、広島近郊6大葉物野菜（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）を使用した鉄板焼きなど、圏域内の食材を使用した「てっぱん料理」をテーマとする「食」の観光キャンペーンを実施する。

## 4 履行期間

契約締結の日から令和3年3月31日まで

## 5 委託業務の内容

### (1) 瀬戸内かき海鮮食堂

#### ア 協力店舗のとりまとめ・PR

広島湾七大海の幸などの魚介類を使用した安心感・お得感のあるメニューを複数のテーマ・価格帯で提示する「瀬戸内かき海鮮食堂」としてPRすることで、観光消費額の増加を図る。

例： 500円テイクアウト（パンなど、食べ歩きできるグルメ）  
700円ヌードル（うどん、パスタなど麺メニュー）  
1200円ランチ（メインにかき海鮮を含むランチ）  
1500円地酒晩酌セット（広島の地酒と海鮮晩酌セット）  
3000円ディナーセット（かき海鮮の豪華な夕食セット）

(ア) 発注者が一般公募により募集した協力店舗に対して、本キャンペーンについて、次の作業を行う。

- ① 本キャンペーンの概要を説明する。
- ② 限定メニューの内容を取材する。

(イ) 広島市及び広島市を除く広島広域都市圏に加盟する市町（以下「近隣市町」という。）に所在する飲食店のうち、原則として令和元年度に実施した「瀬戸内かき海鮮食堂」

(以下、「令和元年度瀬戸内かき海鮮食堂」という。)における協力店舗に対し、引き続き協力を依頼する。ただし、店舗側が協力を拒否した場合や、閉店等により継続実施が困難な場合は除く。

- (ウ) 上記(ア)(イ)で選定した店舗と合せて50店舗以上となるよう、協力店舗を募集する。なお、募集に当たっては、新型コロナウイルス感染症の影響による新しい生活様式の定着に伴い、テイクアウトメニュー等に対応した店舗を増やすよう努めること。また、これらすべての店舗について、募集基準を満たすか否かを確認し、基準を満たす店舗をとりまとめて発注者へ提出する。募集基準は、発注者と受注者が協議して決定する。
- (エ) 発信に当たっては、電子媒体(ホームページ、SNS等)を活用すること。協力店舗について、観光客等に対し訴求力の高い手法により情報発信する。また、電子媒体による情報発信の利点を活かし、広島市が事業展開するプレミアム付宿泊券専用ホームページやひろたび等の既存の観光情報サイトを活用して、積極的に本キャンペーンの取組を情報発信すること。
- (オ) 選定した店舗には、下記(3)アの周遊企画への協力を合わせて依頼すること。
- (カ) 受注者は協力店舗に対し、下記(3)オの協力店舗を対象に実施するアンケートへの協力を依頼すること。
- (キ) 受注者は、限定メニューや電子クーポンによるサービスの提供が確実に実施されるよう、協力店舗に対して店舗従業員用マニュアル及びテーブルなどに設置する限定メニュー表を配布するなどの方法により、周知を図ること。また、協力店舗に幟及びポスター等の設置を依頼し、必要に応じて設置状況を確認するなどの方法により、気運醸成に取り組むこと。

## イ 厳選「かき海鮮」のこだわり旅のコースPR

「瀬戸内かき海鮮食堂」の協力店等の中から、テーマ別に厳選した店舗と周辺の観光情報を合わせた周遊コースをPRし、圏域内での周遊を促進する。

- (ア) 「令和元年度瀬戸内かき海鮮食堂」で設定した10の周遊コースを基本とし、店舗やイベント等の情報を更新する。この内、2コース以上は、観光客にとってより魅力的な周遊コースを新たに設定すること。
- (イ) (ア)の更新に当たっては、可能な限り上記(1)アで選定した「瀬戸内かき海鮮食堂」の協力店舗を取り上げること。
- (ウ) 設定したコースごとに、広島を訪れた観光客に対し利便性の高い手法により、情報発信する。発信に当たっては、電子媒体(ホームページ、SNS等)を活用すること。

## (2) 広島てっぱんバル

### ア 協力店舗のとりまとめ・PR

鉄板料理を提供する店舗のうち、広島市及び近隣市町で募集した協力店舗を、本キャンペーン限定の鉄板料理を提供する「広島てっぱんバル」としてPRすることで、観光消費額の増加を図る。

- (ア) 発注者が一般公募により募集した協力店舗に対して、本キャンペーンについて、次の作業を行う。
  - ① 本キャンペーンの概要を説明する。
  - ② 限定の鉄板料理の内容を取材する。

- (イ) 広島市及び近隣市町に所在する飲食店のうち、原則として令和元年度に実施した「広島てっぱんバル」(以下「令和元年度広島てっぱんバル」という。)の協力店舗に対し、引き続き協力を依頼する。ただし、店舗側が協力を拒否した場合や、閉店等により継続実施が困難な場合は除く。
- (ウ) 上記(ア)(イ)で選定した店舗と合せて50店舗以上となるよう、協力店舗を募集する。なお、募集に当たっては、新型コロナウイルス感染症の影響による新しい生活様式の定着に伴い、テイクアウトメニュー等に対応した店舗を増やすよう努めること。また、これらすべての店舗について、募集基準を満たすか否かを確認し、基準を満たす店舗をとりまとめて発注者へ提出する。募集基準は、発注者と受注者が協議して決定する。
- (エ) 協力店舗について、観光客等に対し訴求力の高い手法により情報発信する。発信に当たっては、電子媒体(ホームページ、SNS等)を活用すること。また、電子媒体による情報発信の利点を活かし、広島市が事業展開するプレミアム付宿泊券専用ホームページやひろたび等の既存の観光情報サイトを活用して、積極的に本キャンペーンの取組を情報発信すること。
- (オ) 選定した店舗には、下記(3)アの周遊企画への協力を合わせて依頼すること。
- (カ) 受注者は協力店舗に対し、下記(3)オの協力店舗を対象に実施するアンケートへの協力を依頼すること。
- (キ) 受注者は、限定メニューや電子クーポンによるサービスの提供が確実に実施されるよう、協力店舗に対して店舗従業員用マニュアル及びテーブルなどに設置する限定メニュー表を配布するなどの方法により、周知を図ること。また、協力店舗に幟及びポスター等の設置を依頼し、必要に応じて設置状況を確認するなどの方法により、気運醸成に取り組むこと。

## イ 「広島てっぱんの旅」のコースPR

広島市及びその近郊の住民や観光客に対し、広島広域都市圏の飲食店と周辺の観光情報を合わせてテーマ別に作成した観光モデルコースをPRし、広島広域都市圏内の周遊を促進する。

- (ア) 「令和元年度広島てっぱんバル」で設定した10の周遊コースを基本とし、店舗やイベント等の情報を更新する。この内、2コース以上は、観光客にとってより魅力的な周遊コースを新たに設定すること。
- (イ) (ア)の更新に当たっては、可能な限り上記(2)アで選定した「広島てっぱんバル」の協力店舗を取り上げること。
- (ウ) 設定したコースごとに、広島を訪れた観光客に対し利便性の高い手法により、情報発信すること。発信に当たっては、電子媒体(ホームページ、SNS等)を活用すること。

## (3) 各キャンペーン共通

### ア 周遊促進に係る取組の調整【自由提案】

- (ア) 各キャンペーンにおいて、「瀬戸内かき海鮮食堂」と「厳選『かき海鮮』のこだわり旅」、「広島てっぱんバル」と「広島てっぱんの旅」に連動させた、広島広域都市圏内の周遊を促進するための企画を提案し、関係者と事前調整を行う。
- (イ) 企画する際は、取組を効果的なものとするよう留意すること。

- (ウ) 企画の実施に当たっては、企業協賛を募るなど、経費的な工夫をすること。
- (エ) 事業費の抑制に向けて、例えば利用者プレゼントの景品について、景品の情報をパンフレットに掲載することを条件に無償で提供いただくことや、そのほか広告掲載による経費の縮減ができないか検討すること。

## イ 広報物の作成

- (ア) ホームページ等は各キャンペーンごとに作成すること。ただし、各キャンペーンが関連した取組であることがわかる構成とし、広島では年間を通じて様々な「食」が味わえることをPRすること。また、キャンペーン実施に伴う効果検証を行うため、ホームページ等へのアクセス数を集計し、結果をとりまとめて発注者へ報告すること。
- (イ) ホームページ等は、見る人が広島の「食」に関心を持ち、広島を訪れたいくなるような構成を考案すること。
- (ウ) その他、ポスター、チラシ等の広報物を作成するとともに、閲覧者の多いウェブサイトへのバナー広告の掲出や、著名人による「食レポ」をSNSで発信するなどの方法により、本キャンペーンの気運醸成に努めること。

## ウ プロモーション【自由提案】

- (ア) 一連の取組に関して、業務の目的を達成する上で効果的なプロモーション方法を企画、提案する。
- (イ) キャンペーン期間中に実施されている、ひろしまフードスタジアム冬の陣及びひろしまドリミネーション等の各種イベントと連携し、効果的なPRを行うこと。

## エ 旅行会社との連携等【自由提案】

- (ア) 本キャンペーンに関連した旅行商品の造成等により効果的な誘客を図るため、旅行会社と連携した取組を企画し、発注者と協力して実施する。
- (イ) 連携企画の提案に当たっては、利用実績の算出等により、事業終了後の効果検証が可能な方策をとるよう努めること。
- (ウ) 令和2年10月から12月にかけて全国のJRグループが展開する「せとうち広島ディステーションキャンペーン」や国のGo to Travelキャンペーンと連動した宿泊プランの造成やGo to Eatキャンペーンを活用した協力店舗の利用促進等により、その利用者数の増加を図ること。

## オ アンケートの実施【自由提案】

- (ア) 本キャンペーン利用者に対して、利用者の属性やキャンペーンの感想等を調査するためのアンケートを実施し、結果をとりまとめ発注者へ報告する。
- (イ) 「瀬戸内かき海鮮食堂」や「広島てっぱんバル」など、本キャンペーンの協力店舗に対して、限定メニュー提供数やキャンペーン利用者の反応などを調査するためのアンケートを実施し、結果をとりまとめて発注者へ報告する。
- (ウ) アンケートの実施に当たっては、利用者や店舗に負担をかけず、協力を得られやすい方策をとるよう努めること。
- (エ) アンケート項目は、発注者と受注者が協議して決定することとする。

## カ その他

発注者は、令和2年度「初夏」の食による観光キャンペーンのために用意した印刷済みのQ.U.Oカード（500円券100枚分）を受注者に提供し、提供を受けた受注者は、今回のキャンペーンの利用者プレゼントの景品として活用すること。

## 6 実施計画書

下表をもとに実施計画書を提出し、発注者の承認を受ける。

区 分		履行時期
(1) 瀬戸内かき海鮮食堂		
ア	「瀬戸内かき海鮮食堂」協力店舗のとりまとめ・PR	店舗選定：令和2年9月
イ	厳選「かき海鮮」のこだわり旅のコースPR	コース更新作業：令和2年9月
(2) 広島てっぱんバル		
ア	「広島てっぱんバル」協力店舗のとりまとめ・PR	店舗選定：令和2年9月
イ	「広島てっぱんの旅」のコースPR	コース更新作業：令和2年9月
(3) 各キャンペーン共通		
ア	周遊促進に係る取組の調整	令和2年9月
イ	広報物の作成	令和2年10月
ウ	プロモーション	令和2年8月～令和3年2月の間で実施
エ	旅行会社との連携	令和2年8月～令和3年2月の間で実施
オ	アンケートの実施	令和2年11月～令和3年3月
カ	その他	令和2年10月

## 7 発注者との連絡調整

受注者は、契約締結後速やかに発注者と作業前の打ち合わせを行うとともに、次のとおり連絡調整を十分に行い、円滑に業務を実施すること。

- (1) 受注者は、本業務の履行にあたり実施過程で疑義が生じた場合は、速やかに発注者に報告して協議を行い、その指示を受けること。
- (2) 受注者は本業務の履行にあたり発生した障害や事故については、大小にかかわらず発注者に報告して指示を仰ぐとともに、早急に対応を行うものとする。

## 8 業務の執行体制（適正な人員配置）の確保

受注者は、この委託業務に必要な人員を配置し、責任者、副責任者及び連絡担当者を明らかにすること。

## 9 再委託

受注者は、業務の一部を第三者に再委託することができる。

その場合は、再委託先ごとの業務内容、再委託先の概要及びその体制と責任者を明記の上、事前に書面にて報告し、受注者の承諾を得なければならない。

## 10 秘密の保持

受注者は、業務遂行の過程で知り得た秘密を第三者に漏らしてはならない。

## 11 留意事項

- (1) 受注者は、著作権などの問題が生じないように配慮すること。
- (2) 新型コロナウイルスの感染拡大防止のため、業務の実施が難しいと判断したものについては、当該業務は実施しないこととする。
- (3) 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こととし、発注者は事前の連絡なく加工及び二次利用ができるものとする。
- (4) 受注者は、本業務に関するホームページなどの全て作成物について、電子データを委託期間終了までに発注者へ提出すること。また、委託期間終了後も、発注者が本業務に関する作成物の電子データ等の提出を求めた場合は、これに応じること。
- (5) その他、仕様に定めのない事項については、発注者及び受注者と協議の上、決定する。