

広島「食」による観光キャンペーン準備業務委託仕様書

1 業務名

広島「食」による観光キャンペーン準備業務

2 業務の目的

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、広島市及び広島広域都市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「広島てっぱんバル」（以下「本キャンペーン」という。）の実施に向けて、協力店舗の募集、観光モデルコースの設定など、本キャンペーンの準備業務を行う。

3 履行期間

契約締結の日から令和3年3月31日まで

4 委託業務の内容

本業務では、以下の(1)から(8)までの業務について、令和3年5月から8月にかけて実施する本キャンペーンを円滑に実施するため、各項目における準備業務を行う。

なお、本仕様書には本キャンペーン実施に係る請負業務の内容は含まれないことに留意すること。

(1) 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2年度に実施する「広島てっぱんバル」（以下「令和2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 上記ア及びイで選定した店舗が70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への対応店舗を増やし、「新型コロナウイルス感染症対策取組宣言」や「広島コロナお知らせQR」の導入を促すこと。

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 選定した店舗には、下記(4)の周遊企画への協力を合わせて依頼すること。

オ 受注者は協力店舗に対し、下記(8)の本キャンペーン期間中に実施するアンケートへの協力を依頼すること。

カ 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すること。

(2) 「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2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(1)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。

なお、設定したコースの情報発信については、令和3年5月以降に実施する。

(3) 「食」の観光キャンペーンオリジナルグッズの製作・調達

本キャンペーンの認知度向上や市内及び広島広域都市圏内の周遊を促進することを目的として、協力店舗への来店数に応じた景品を応募者全員にプレゼントするため、「食」の観光キャンペーンオリジナルグッズの製作や調達を行う。

オリジナルグッズの調達に当たっては、企業協賛等の検討を行うこと。

【オリジナルグッズの想定製作数量（※）】

(広島市内・県内在住者) 5店舗：D賞、10店舗：C賞、20店舗：B賞、30店舗：A賞

(県外在住者) 2店舗：D賞、4店舗：C賞、6店舗：B賞、8店舗：A賞

(製作数量) D賞：2,000個、C賞：500個、B賞：300個、A賞：50個

※周遊店舗数及び製作数量等については、本仕様書上の想定数値であり、最終的には本業務の発注者と受注者が協議の上、決定する。

なお、応募者に対するオリジナルグッズの送付作業等は令和3年5月以降に実施する。

(4) 周遊促進に係る取組の調整【自由提案】

ア 「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、効果的な取組とするよう留意すること。

(5) 広報物の作成

ア 本キャンペーン専用のホームページを作成すること。

イ ホームページは、見る人が広島「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、幟等の広報物を作成すること。

(6) プロモーション【自由提案】

以下の内容に関する提案を行い、令和3年5月以降のプロモーションに備えて準備を実施すること。

ア 広島のプロスポーツの試合開催日に合わせたPRやマツダスタジアムのJR側得点表示板や広島駅のデジタルサイネージを活用するなど業務目的を達成する上で効果的なプロモーション

イ キャンペーン期間中に実施されるフラワーフェスティバル、ゆかたできん祭等の各種イベントと連携するために必要なプロモーション

(7) 旅行会社との連携【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

と連携した取組を提案し、本業務期間中に旅行会社等と各種調整を行う。

- イ 旅行商品の造成に当たっては、「お好み焼体験」など広島ならではの「コト体験」がセットになった本キャンペーン関連旅行商品の造成ができるよう旅行会社等と連携を図ること。
- ウ 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。

(8) アンケートの実施準備【自由提案】

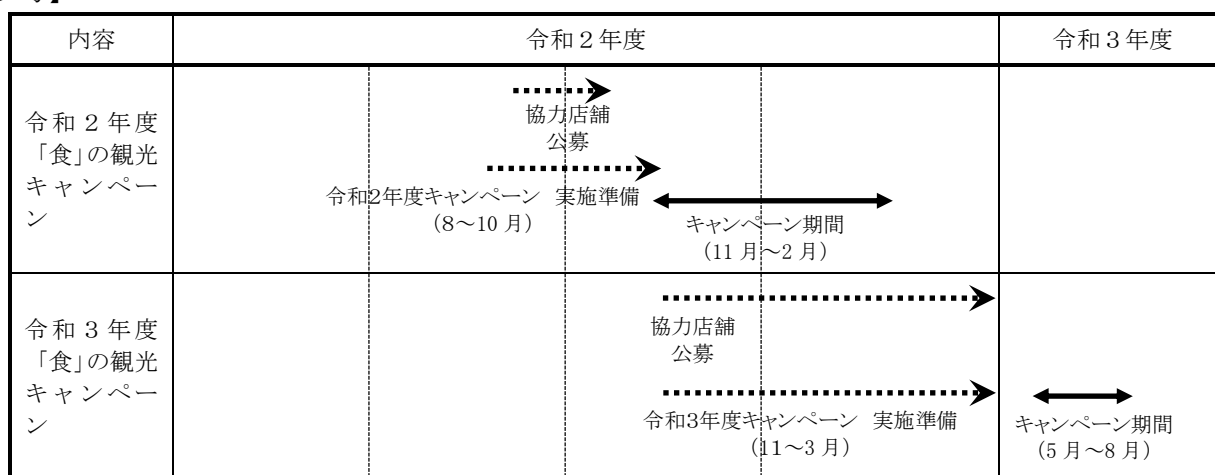
- ア 本キャンペーン利用者に対して、利用者の属性やキャンペーンの感想等を調査するためのアンケートを実施するため、アンケート項目を作成する。
- イ なお、アンケートの実施に当たっては、利用者や店舗に負担をかけず、協力を得られやすい方策を検討すること。
- ウ アンケート項目は、発注者と受注者が協議して決定する。

5 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) 協力店舗のとりまとめ・PR	店舗選定：令和2年11月～
(2) 「広島てっぱんの旅」のコースPR	コース更新作業：令和2年11月～
(3) オリジナルグッズの製作・調達	令和2年11月～
(4) 周遊促進に係る取組の調整	令和2年11月～
(5) 広報物の作成	令和2年11月～
(6) プロモーション	令和2年11月～令和3年3月の間で実施
(7) 旅行会社との連携	令和2年11月～令和3年3月の間で実施
(8) アンケートの実施準備	令和2年11月～令和3年3月

【参考】



6 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。

7 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。

8 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。

9 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。

10 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。