

広島の「食」による観光キャンペーン業務委託仕様書

1 業務名

広島の「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、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ことを目的として、広島市内や広島広域都市圏の周遊を促進する取組や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

広島ならではの特色ある「食」をテーマとして、広島への誘客促進と広島広域都市圏の周遊を促進するため、以下のキャンペーンを実施する。

(1) 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使用した店舗一押しのメニューとともに、広島の高産物の多様な魅力をPRし、観光消費額の増加を図る。

※ キャンペーン期間：令和3年11月～令和4年2月

(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）等を用いた店舗一押しのメニューとともに、広島の鉄板料理の魅力をPRし、観光消費額の増加を図る。

※ キャンペーン期間：令和4年5月～令和4年8月

4 履行期間

契約締結の日から令和4年9月30日まで

5 委託業務内容

広島ならではの特色ある「食」をテーマとして、広島への誘客促進と広島広域都市圏の周遊を促進するため、以下の業務を実施する。業務の実施に当たっては、発注者と協議の上実施するものとする。

(1) ターゲット層

首都圏や関西圏等の20代～30代の女性（ファミリー層を含む）

※ 新型コロナウイルスの感染拡大状況によっては、契約後、近隣地域へ変更する場合もあり。

(2) キャンペーンの企画及び運営

次のキャンペーンの企画及び運営を行う。

ア 協力店舗募集・確認等業務

「瀬戸内かき海鮮食堂」及び「広島てっぱんバル」において、発注者より提供する店舗（約200店舗）及び発注者が公募等により募集した店舗に対し、キャンペーン参加確認等を行うこと。

なお、各キャンペーンの協力店舗数は60店舗以上となるようにし、必要に応じて協力店舗の募集を行うこと。（各上限店舗数は100店舗を目安とする。）

イ 協力店舗取材等業務

協力店舗に対し、広島ならではの特色ある食材を使用した一押しメニューの取材等を行い、広報物等への掲載依頼、素材等の収集を行うこと。

ウ 周遊促進に係る取組の実施

広島のを食を起点として、広島広域都市圏内への周遊を促進するための効果的な、年間を通じた取組を実施する。

なお、取組に当たり、グルメと観光地等をテーマとした、Instagram への写真等の投稿によるプレゼントキャンペーンを各キャンペーン 1 回以上実施すること。実施に当たり、景品を配布することとし、景品は訴求力の高いものにすること。また、パンフレットに掲載することを条件に無償で提供を受けるなど、経費縮減ができないか検討すること。

※ 総景品関連費用（景品代、発送費用等）は、全体経費の 25%未満とし、見積書内に明示すること。

エ キャンペーンに付随する業務

協力店舗にポスター等の設置依頼やキャンペーンにともない、協力店舗に対し必要な業務を行うこと。

(3) プロモーション業務

認知度向上のため、以下のプロモーション業務を実施する。

ア プロモーションの企画・実施

キャンペーンごとに、広島のを食と観光情報を融合した効果的なプロモーション方法を企画、実施し、年間を通じたプロモーションを意識すること。

イ イベントの実施

- ・ キャンペーンごとに、広島市内等でのイベント参加や道の駅等への出展（参加者には広島市職員を含む。）による PR を行うこと。
- ・ 冬季に広島市内で開催される、ひろしまフードスタジアム冬の陣と連携し、効果的な PR を行うこと。

※ 新型コロナウイルスの感染拡大の影響により中止となった場合に備え、代替案（SNS 等によるプロモーションなど）も併せて提案すること。

ウ ホームページの制作及びホームページ、SNS の運用管理

- ・ 広島のを「食」に関心を持ち、広島を訪れたいくなるようなホームページを作成し、運用すること。また、キャンペーンごとの目標獲得訪問者数、PV 数を提示すること。
- ・ 発注者から提供する Instagram 及び Facebook のアカウントを用いて運用（定期的な投稿等）すること。

エ SNS 等による情報発信

著名人やインフルエンサー等による「食レポ」や SNS 等による PR を行うとともに、Instagram やグルメ情報サイトへ広告を掲出するなどの方法により情報発信を行うこと。

オ 広報物の作成及び配布

グルメ情報（店舗情報、クーポンなど）や観光情報等を掲載した、広島のを「食」に関心を持ちたいくなるようなパンフレット、ポスター、のぼりを作成すること。なお、必要に応じて増刷、その他の販促物を作成すること。

また、パンフレット、ポスター等は、観光案内所（5 箇所）や協力店舗等への配布に必要な部数を作成し配布すること。

【参考】各キャンペーン（必要最低部数）

ポスター：A3/150枚 A2/150枚 B2/50枚、卓上のぼり：100機、
のぼり：50枚、パンフレット（A4×8ページ、綴じあり（スクラム製本）、
パンフレットに相応しい紙質、フルカラー）：5,000部

※なお、パンフレットのページ数は、掲載する情報に必要なページ数となるよう発注者と協議の上決定する。

(4) 効果検証・実施報告

ア 効果検証

各キャンペーン利用者に対する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、各キャンペーンの協力店舗に対し、利用者等の反応などを調査するためのアンケートを実施すること。

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とるよう努めること。

イ 実施報告

実施報告書にはアンケート結果に基づいた分析、今後の事業展開に有効と考えられる施策、ホームページアクセス数等をまとめること。

(5) その他の独自取組

本仕様に関わらず、各キャンペーンの目的の実現、年間を通じた観光振興を図るため、より効果が見込まれる企画等があれば提案の上、実施すること。

6 成果物

- (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こととする。
- (3) 受注者は、本業務に関するホームページなどの成果物について、電子データ等を委託期間終了までに発注者へ納品すること。また、委託期間終了後も、発注者が本業務に関する成果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。
- (4) なお、成果物の納品方法等については、発注者と協議し決定することとする。

7 実施計画書及び実施報告書の提出

(1) 実施計画書

事業開始に当たり、実施計画書を作成、提出し、発注者の承認を受けること。

(2) 実施報告書

次の提出時期までに、実施報告書を作成、提出し、発注者の承認を受けること。なお、報告書記載内容については、発注者と協議の上、決定することとする。

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4年2月までの事業成果、アンケート結果など	令和4年3月31日まで
広島てっぱんバル (令和4年3月分まで)	契約日から令和4年3月までの事業成果など	
広島てっぱんバル	契約日から令和4年8月までの事業成果、アンケート結果など	令和4年9月30日まで

8 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。

9 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。

10 業務の再委託

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、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、発注者の承諾を得なければならない。

11 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。

12 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、発注者及び受注者で協議の上、決定することとする。
- (3) 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。