

令和6年5月20日

各位

公益社団法人 北海道観光振興機構
会長 小金澤 健司
(公印省略)

「令和6年度 SNS 情報発信事業」
の委託に係る企画提案の募集について

平素より当機構事業につきましてご理解とご協力を賜り心より感謝申し上げます。

当機構では、標記事業に係る委託業務について、下記のとおり業務受託者選定のため、企画提案を募集いたしますので、ご案内申し上げます。

記

- 1 委託事業名 令和6年度 SNS 情報発信事業
- 2 業務委託期間 契約締結日～令和7年3月7日（金）
- 3 主な業務委託内容
 - (1) SNS での情報発信の実施
 - (2) 機構公式SNSフォロワー数の拡大、情報拡散を目的に、広告等を活用したプロモーションの実施
 - (3) 事業実施内容の効果測定、データ分析・解析、報告書の作成
 - (4) 上記以外で更なる宣伝効果や誘客に効果が期待できる企画の提案・実施
- 4 事業費 33,000,000円（消費税及び地方消費税相当額を含む）
- 5 今後のスケジュール（予定）

5月20日（月）	公示・観光機構 HP に掲載
5月27日（月）	企画提案参加表明 13時締切
6月17日（月）	企画提案の提出期限 13時締切
6月下旬～	企画提案の審査、委託事業者決定、契約締結、業務開始
- 6 その他
 - (1) 事業内容に関する質問は、参加表明締切より3営業日（5月29日（水））後の13時までメールでのみ受け付けます。（本事業に関する事業説明会は、実施いたしません。）
 - (2) 参加表明事業者に共通した企画提案に必要な質問及び回答内容は当機構で取りまとめ、全ての参加表明事業者へ一斉メールでお知らせします。

【お問合せ】

公益社団法人 北海道観光振興機構
マーケティング・DX部 担当：吉井・関・小室
e-mail: n_yoshii@visithkd.or.jp
e-mail: y_seki@visithkd.or.jp
e-mail: saori_komuro@visithd.or.jp

「令和6年度 SNS 情報発信事業」

に係る企画提案募集要領（指示書）

1. 目的

訪日旅行の傾向として、特に顕著となっているのが個人旅行者（FIT）の増加であり、インバウンドを促進するにあたっては、個人旅行者（FIT）の誘客が非常に重要である。

個人旅行者が旅行先の情報を集める手段として近年ではSNSが主流となっており、当事業では、四季がはっきりとして雄大な「自然」、豊かな「食」、多彩な「体験」に加え、「文化」や「イベント」等の北海道の魅力的な観光情報を、SNS（Facebook、Instagram、微博等）を活用し配信する。

SNSコンテンツの写真等から興味・関心を持たせ、北海道の認知度をより一層向上させ、外国人観光客のさらなる北海道への誘致拡大につなげる。

2. 業務実施主体及び事業実施方法

公益社団法人北海道観光振興機構（以下「観光機構」という）が主体となり、民間企業等に委託して実施。

3. 企画提案応募条件等

(1) 単独法人又は複数の法人による連合体（以下「コンソーシアム」という。）であること。

(2) 単独法人及びコンソーシアムの構成員は、次の要件を全て満たしていること。

- ① 北海道に本店もしくは事業所等（本事業を実施するために設置する場合も含む。）を有する法人又は特定非営利活動促進法（平成10年法律第7号）に基づく特定非営利活動法人であること。ただし、宗教活動や政治活動を主たる目的とする法人、暴力団又は暴力団員の統制下にある法人を除く。

※なお、コンソーシアムの場合には、別紙協定書を提出する事

- ② 地方自治法施行令（昭和22年政令第16号）第167条の4第1項に規定する者でないこと。
- ③ 地方自治法施行令第167条の4第2項の規定により競争入札への参加を排除されている者でないこと。
- ④ 北海道の競争入札参加資格者指名停止事務処理要領（平成4年9月11日付け局総第461号）第2第1項の規定による指名の停止を受けていないこと。また、指名停止を受けたが、既にその停止の期間を経過していること。
- ⑤ 暴力団員（暴力団員による不当な行為の防止等に関する法律（平成3年法律第77号）第2条第6号に規定する暴力団員をいう。）又は暴力団関係事業者（暴力団員が実質的に経営を支配する事業者その他同条第2号に規定する暴力団又は暴力団員と密接な関係を有する事業者をいう。）に該当しないものであること。また、暴力団関係事業者等であることにより、道が行う競争入札への参加を排除されていないこと。
- ⑥ コンソーシアムの構成員が単独企業、法人以外の団体又は他のコンソーシアムの構成員として、このプロポーザルに参加する者でないこと。
- ⑦ 提案事項を的確に実施する能力を有する者であること。
- ⑧ 提案事項を的確に実施し、成果物の品質管理能力を有する者であること。
- ⑨ 観光機構が必要と判断する際に、観光機構にて業務打合せを行える人員・業務実施体制を取ることができる者であること。

4. 契約方法

公募型プロポーザル方式（価格考慮型）による随意契約

※企画提案内容に加えて価格についても審査基準の要素とする。

5. 予算上限額 33,000 千円（消費税及び地方消費税相当額を含む）

6. スケジュール

業務スケジュール

- | | |
|----------|---------------------------|
| 5月20日（月） | 公示・観光機構 HP に掲載 |
| 5月27日（月） | 企画提案参加表明 13時締切 |
| 6月17日（月） | 企画提案の提出期限 13時締切 |
| 6月下旬～ | 企画提案の審査、委託事業者決定、契約締結、業務開始 |

7. 業務委託期間 令和6年6月～令和7年3月7日（金）

令和7年3月7日（金）までに全ての業務を完了すること（報告書作成業務含む）

8. 業務委託内容（企画提案事項）

（1）対象言語（市場）及び配信媒体について

① 英語

（欧州、米国、オーストラリア、タイ、シンガポール、マレーシア、フィリピン、インドネシア）

- ・ Facebook : <https://www.facebook.com/visithokkaido.en/>
- ・ Instagram : <https://www.instagram.com/hokkaidolove.asia/>

② 中国語繁体字（台湾、香港）

- ・ Facebook : <https://www.facebook.com/visithokkaido.tw/>
- ・ Instagram : <https://www.instagram.com/hokkaidolove.tw/>

③ 韓国語（韓国）

- ・ Facebook : <https://www.facebook.com/visithokkaidokr/>
- ・ Instagram : <https://www.instagram.com/hokkaidolove.kr/>

④ 中国語簡体字（中国）

- ・ 微博 : <https://www.weibo.com/u/6618200384>

なお、昨年まで多言語にて展開していたアカウントにも既存のフォロワーが存在するので、上記①の英語で発信する内容を、下記⑤～⑧に示したアカウントでもシェアなどで共有するとともに、主運営アカウントとなる英語アカウントへのフォロー誘導を実施すること。その際、配信コンテンツを分ける必要はない。

⑤ タイ市場用

- ・ Facebook : <https://www.facebook.com/visithokkaido.th/>
- ・ Instagram : <https://www.instagram.com/hokkaidolove.th/>

⑥ 欧米豪市場用

- ・ Facebook : <https://www.facebook.com/hokkaidolove.intl>
- ・ Instagram : <https://www.instagram.com/hokkaidolove.intl/>

⑦ フランス市場用

- ・ Facebook : <https://www.facebook.com/hokkaidolove.fr>
- ・ Instagram : <https://www.instagram.com/hokkaidolove.fr/>

⑧ インドネシア市場用

- ・ Facebook : <https://www.facebook.com/visithokkaidoid/>
- ・ Instagram : <https://www.instagram.com/hokkaidolove.id/>

(2) 配信期間及び配信頻度について

①配信期間：令和6年7月～令和7年2月28日（金）

②配信頻度：

・英語アカウント

週2回程度投稿（Facebook、Instagramそれぞれ）すること。（動画投稿を含む）。

・その他言語アカウント：各アカウントから週2回程度（Facebook、Instagram、
微博等それぞれ）投稿する（動画投稿を含む）。

なお配信するコンテンツは英語アカウントと同一でも可。

③配信種類について：一般的な記事投稿のほか、各SNSに最適な長さに編集した動画を
適宜配信する。また、Facebookの場合はストーリー投稿、Instagramの場合は
ストーリーズ投稿等、多様な投稿を行う。

(3) 配信について

①配信コンテンツの選定について

・配信コンテンツはジャンルを大きく「食」「自然・体験」「文化・歴史」等に分けて考えるこ
と。

・配信に関して、月に1回はプロモーション費用を投じ、該当エリアへの配信コンテンツに反応
する層の国籍、性別、年代層等のデモグラフィックデータを取得すること。また、その際、「食」
「自然・体験」「文化・歴史」等の大ジャンルについて、それぞれの国でどの層がどのジャン
ルに反応を示しているのか、明確にわかるようにレポートすること。

・英語、韓国語、中国語簡体字、中国語繁体字でアカウントが分かれるが、デモグラフィック
データを収集する際は各アカウントでずれが生じぬようにデータの粒度を合わせる等、留意す
ること。

・大ジャンルの中でさらにある程度の細分化を行うこと。可能な限り、レポートにも細分化し
た情報を入れ込む。

例：「自然・体験」の場合、海なのか平原なのか、夏なのか、冬なのか、アクティビティ
なのか眺めなのか、さらにはABテスト的な要素を入れ込んだ実施などで細分化したコ
ンテンツの反応の分析に役立てる、など。

・FacebookとInstagramは、同一の投稿を可とする。

・委託事業者が毎月、翌月に配信を予定しているコンテンツについて提出する。その際、
観光機構と相談した上で、投稿するコンテンツを決定するが、観光機構が指定するコンテン
ツがある場合、指定コンテンツを優先すること。

・企画提案時に、市場ごとのターゲットや、戦略、提案コンセプト、プロモーション配
信を含んだ年間計画の概要、記事のイメージ画像、テキスト案（記事内容、文字数、ハッシュ
タグ等）、投稿までの作業フロー（体制）等の計画書を含めること。

・災害時などの突発的な記事投稿については、観光機構の指示により行うこと。

②配信画像、動画について

・画像、動画については、高画質、高解像度は必須とする。

・各アカウント、特にInstagramに使用する写真の色味や、クオリティなどを統一する。
使用するアカウントの過去投稿を参考に、同程度のクオリティを確保すること。

・Facebook、Instagram、微博等それぞれの仕様に適したサイズ、縦横比の画像、動画
を使用する。縦長や横長の写真をまとめて投稿する場合は、トリミングに留意する。

・企画提案時に、画像収集方法について、可能な限り具体的に提案する。なお、観光機構および
各地域の既存の素材を使用する場合は、その利用許可も含めて事業者にて行うこと。

・UGC（User Generated Contents）の活用を可とする。その際、各方面への許可等、後々

トラブルに発展せぬよう十分に留意すること。

- ・取材や情報配信等については、事業スケジュール（取材回数や計画含）を事前に当機構に示し、新たに取材・制作し旬な観光情報を提供すること。

③配信テキストについて

- ・ネイティブライター等も活用し、情報収集の対象市場について、何を魅力に感じて観光地を訪れるかを考えた上で記事制作を行い、外国人視点での投稿を行う。北海道在住、北海道を熟知した外国人ライターが望ましい。
- ・プロモーション費用を活用した配信を実施する際は、より有益なデモグラフィックデータ収集につながるように、配信コンテンツのジャンルや季節、素材を工夫すること。
- ・ユーザーとの関係性を構築するため、日本語の直訳や堅い説明文ではなく、自然な文章や、フレンドリーな文体が望ましい。

④SNS運用について

- ・アカウントの活性化を図るため、ファンとのコミュニケーション等を積極的に行うこと。
- ・Instagramについて、リーチ数、エンゲージメント数を拡大させるための効果的なハッシュタグを活用すること。
- ・Facebook、Instagram、微博等に寄せられる問い合わせやコメントへ、原則48時間以内に返答を行うこと。
- ・微博会員更新費を見積に入れること（年間2,000円程度）。

(4) 記事拡散及びフォロワー拡大について

①記事拡散、機構公式SNSフォロワー数の拡大を目的に、広告やキャンペーン等を活用したプロモーションを実施することとし、プロモーション手法及び計画等を具体的に提案する。

②事業費のうち、利用するプロモーション費については、予算内で最大限に活用できる金額を、根拠を以って提示すること。本事業は各アカウントの反応者のデモグラフィックデータについてプロモーション費を活用し、収集、分析等を実施することを目的しているため、プロモーション費を有効に活用する計画とすることが望ましい。

(5) 投稿記事の分析・解析について、

①アカウントごとのエンゲージメント数やジャンルごとの反応などについて、数値を用いて分析し、傾向や特徴、今後の提言につなげる。

②配信にて得たデモグラフィックデータはジャンル等に分類し、次年度以降のプロモーション事業にも活用できるような分析を行う。

※微博については取得できるデータ種類が異なる可能性もある。その場合、取得可能なデータでの分析・解析とし、事前にその範囲を示すこと。

(6) 上記以外で更なる宣伝効果や誘客、データ収集に効果が期待できる企画の提案・実施を可とする。

(7) 事業実施内容の目標設定及び事業報告について

①言語ごとの目標（投稿リーチ数、エンゲージメント数、エンゲージメント率、フォロワー数等のKPI）を設定し、項目毎の成果を報告する。

②取得するデモグラフィックデータには「国」「性別」「年代層」等の情報を含み、かつ設定する大ジャンルごとに整理したうえで分析を行うこと。

③月例報告について

業務の遂行に当たり、毎月10日前後に観光機構と定期的な打合せを行う。前月の運用状況の報告及びそれを基にした来月の運用計画を作成し、随時改善に向けたPDCAを実行する。

報告書については、各アカウントのフォロワー数推移や、投稿のリーチ数、エンゲージメント数等の基本情報、広告効果測定及び上記データの解析などを取りまとめる。リーチ、インタラクション、オーディエンス等の様々な指標を分析し、投稿の精度を高めていく。

④ 事業実績報告について

事業の取り組み内容に応じた成果を**具体的な数値で整理、検証を行い、成果、課題、提言等により分析・解析し、次年度のプロモーション事業全体の指針となるよう報告書を作成すること。**

なお、報告書には、現物協賛額の積算表も含むこと。

⑤ 委託事業者への協力依頼可能な限り地域の関係者や事業者の協力（プレスリリースによる無料パブリシティ等）を得ることにより、**委託事業費と同額程度の現物協賛の獲得に努め報告書に記載すること。（※積算表含）**

(8) 権利関係の整理、成果品及び提出物

- ① 本事業で新規撮影・編集した動画、画像等の著作権は観光機構所有とする。特にUGCで活用するコンテンツについては留意すること。
- ② 本事業で買い取った画像や収集した画像について、権利関係を整理し、観光機構の他事業で二次利用できるものを整理し提出する。
- ③ 作成した記事は、観光機構の他事業で二次利用できるよう権利関係を整理する。
- ④ 上記①～③を格納したUSBメモリ1部を提出する
- ⑤ 完了報告書は、紙媒体（A4版、縦指定）5部、電子媒体1部とする。

9. 参加表明

企画提案を提出する意思がある場合は、期日までに、会社名（コンソーシアムの場合は、代表者及び構成員）、担当者部署及び役職、氏名、連絡先（電話、メールアドレス）等必要事項を記載のうえ、メールにて参加表明すること。なお、期限までに参加表明が無い場合は、企画提案書を受理しないものとする。

- (1) 表明期限：令和6年5月27日（月） 13時まで（必着）
- (2) 表明先：下記、問い合わせ先に提出
- (3) 表明方法：別紙書式をEメールにて、添付送信してください。

10. 企画提案書及び見積依頼内容

企画提案を行う場合は、次により企画提案書を提出すること。企画提案書作成にあたっては、企画提案事項及びその提案の考え方のほか、下記の項目について企画提案書に記載すること。

(1) 企画提案事項の総括表

各提案事項をA4サイズ1枚に簡潔にまとめたものとする。

(2) これまでの事業実績

過去3年以内の本事業と同様のSNS運営や海外での観光プロモーション事業の受託実績があれば記載すること。なお、社名が特定されないよう、観光機構発注の実績については一切記載しないこと

(3) 業務実施体制

当該業務実施体制について、業務担当者をはじめとする企画提案者の体制の他、協力会社等を明記し、具体的に記載すること。なお、
なお、企画提案者の業務担当者名については、提出する企画提案書の1部のみに記載し、残りについては、「A」、「B」などといった表現を用いて記載すること。

(4) 業務スケジュール

委託業務開始から終了までのスケジュールを具体的に記載すること。

(5) 見積書

各事業・項目の明細を記載し、小計もあわせて明記すること

(※概算見積とし企画提案時は捺印不要)

協力会社の再委託ならびにコンソーシアムでの参加の場合は、各社の担当業務範囲(責任分界点)、再委託金額を明記すること。

※観光機構スタッフの旅費は積算に含まない。

- ① 直接人件費：業務処理に直接必要とする経費
- ② 経常的直接経費：消耗品費、通信運搬費、旅費(業務処理に従事する者の交通費・宿泊費等)
- ③ 特別直接経費：印刷製本費(調査票や報告書の印刷等の外注分)
- ④ その他：諸経費、技術経費等

1 1. 企画提案書作成上の留意点

- (1) 様式の規格はA4縦とし、冒頭に企画提案書の全体校正を記載し、企画提案書のページ数は両面50ページ以内とする。各ページに必ずノブルを入れること(全体的なイメージを伝えるうえで数ページA3用紙を折り込むことは可)
- (2) 企画提案は1社1提案とする
例：A案・B案と複数記載し、事業実施主体側に選択を委ねている提案は、審査対象外とする
- (3) 企画提案書の作成及び提出に係る費用は、提出者の負担とする
- (4) 提出された企画提案書は返却しない

1 2. 企画提案書の提出

- (1) 提出部数 11部(事業者名、業務従事者氏名を記載したもの1部、記載しないもの6部)
- (2) 提出場所 下記、問い合わせ先に提出
- (3) 提出期限 令和6年6月17日(金) **13時まで厳守**
- (4) 提出方法 提出場所に持参または郵送(提出期限必着)すること。
 - ① FAXやメールでの提出は不可
 - ② 郵送の場合、提出期限までに到着しないものは受理しない
 - ③ 提出の企画提案書は別途データでも電子メール等により提出すること。なお電子データのみでの提出は認めない(電子データで提出する企画提案書は事業者名、氏名等を記載しないもの)

1 3. 企画提案に関する審査

参加表明期日までに参加表明を行い、且つ提出期日までに必要部数の企画提案書を提出した者を審査対象者とする

- (1) 審査対象者が4者以上の場合は予め書面審査を行い、上位3者を最終的な審査対象者とする
- (2) 審査は審査対象者によるプレゼンテーションを基に実施する
- (3) プレゼンテーションの日時及び場所は、別途審査対象者に通知する

- (4) プレゼンテーションに参加できない場合は、棄権とみなす
- (5) プレゼンテーション時の追加資料の配布・表示については認めない
- (6) プレゼンテーション用に機器類を使用する場合は、事前に申し出の上で審査対象者が準備・設置するものとする。なお、審査の進行に影響を及ぼすと判断されるものについては使用を認めない
- (7) プレゼンテーションへの参加は3名を上限とする

1 4. 企画提案の評価基準

企画提案は、次の項目を審査し総合的に判断する

- (1) 企画提案の目的適合性
 - ① 事業内容を十分理解し、企画提案指示書に沿った提案内容となっているか
 - ② 市場の特性を的確に捉え、誘客促進に繋がる効果的な企画提案がされているか。
 - ③ 事業遂行に必要な人的ネットワークや協力体制、リソースが確保されているか。
 - ④ 適切な予算配分によりアウトプットが担保され、アウトカムが期待できる事業内容となっているか
- (2) 実現性

提案内容に具体性があり、且つ全体の計画が実現可能なものとなっているか
- (3) 業務遂行能力

北海道の地理・気候・観光事情や訪日外国人旅行市場やカスタマーニーズ等の実情に精通した実施体制が確保され、遂行能力があると判断できるか
- (4) 経済合理性

費用対効果が高い提案となっているか

1 5. 業務上の留意事項

- (1) 業務内容の詳細については、企画提案の内容を基本として、観光機構と受託事業者が協議して決定する
- (2) 観光機構は受託事業者に対して、観光機構がこれまで取りまとめた資料等について可能な範囲で提供する
- (3) 著作権、肖像権等に関して、権利者の許諾が必要な場合は、受託事業者において必要な権利処理を行うこと
- (4) 委託契約に係る業務処理に伴い発生する特許権、著作権その他すべての権利は、観光機構に帰属するものとする
- (5) 業務遂行にあたっては、観光機構との連携・調整を密に行うとともに、迅速かつ的確な対応及び効率的な手法により十分な成果が得られるよう努める
- (6) この指示書に定めのないものは、当機構と協議のうえ決定する
- (7) 作成した北海道観光データ等に関して、観光機構の web サイトやイベント等での二次使用を認めることとし、見積金額にはその二次使用料、データ納品費を含めること

1 6. 再委託について

- (1) 再委託の予定（下記②の業務に限る）がある場合は、再委託先の事業者名、住所、金額、再委託する業務範囲ならびに再委託予定金額を見積書に明記すること。なお、再委託を行う際は、予め当機構の承諾を得る必要があるので留意すること
 ※当機構の承諾を要する再委託の範囲は、次の区分における②を言う
 - ①「業務の主たる部分」（業務における総合的企画、業務遂行管理、手法の決定及び技術的判断等）・・・再委託を行うことはできない
 - ②「業務の主たる部分」及び「軽微な業務」を除く業務・・・再委託に際し、当機構の承諾を要する
 - ③「軽微な業務」（コピー、ワープロ、印刷、製本、トレース、資料整理、計算処理、模型製

作、翻訳、参考書籍・文献購入、消耗品購入、会場借上等)・・・再委託に際し、当機構の承諾を要さない

17. その他

- (1) 企画提案書の作成・提出に係る費用は企画提案者の負担とする
- (2) 提出された企画提案書は返却しない
- (3) 公正性、透明性、客観性を期するため、企画提案書は公表する場合がある
- (4) 手続きにおいて使用する言語及び通貨は、日本語及び日本円とする
- (5) 受託事業者選定後の契約行為に関し発生する費用は、受託事業者において負担するものとする
受託事業者は、契約前に地域への説明会を実施する際は、その発生する費用は、受託事業者において負担するものとする

18. 問合せ先

〒060-0003 札幌市中央区北3条西7丁目1-1 緑苑ビル1階
公益社団法人北海道観光振興機構 マーケティング・DX部 (担当: 吉井・関・小室)
TEL: 011-231-0941 e-mail: n_yoshii@visithkd.or.jp
y_seki@visithkd.or.jp
saori_komuro@visithd.or.jp

参加表明書

「令和6年度 SNS 情報発信事業」に係る企画提案の公募について

企画提案の参加を表明します

会社名	
部署	
氏名	
TEL	
Email	

送信先

公益社団法人 北海道観光振興機構

マーケティング・DX部 (担当：吉井・関・小室)

Email: n_yoshii@visithkd.or.jp

y_seki@visithkd.or.jp

saori_komuro@visithkd.or.jp