

「令和 8 年度 台湾向け宣伝・誘致に係るプロモーション業務」に係る仕様書

1. 委託業務名

「令和 8 年度 台湾向け宣伝・誘致に係るプロモーション業務」

2. 業務の目的：

長崎市におけるインバウンド需要のさらなる拡大を図るため、台湾市場を対象とした効果的な観光プロモーションを実施し、長崎市の認知度向上及び訪問意欲の醸成を図る。

台湾市場においては、個人旅行（FIT）による訪日旅行需要が見込まれることから、本業務では台湾のFIT旅行者を主なターゲットとし、WEBメディア、SNS、デジタル広告等による情報発信と、台湾向けOTAを活用した旅行商品の販売促進を組み合わせる。

また、単なる情報発信や認知拡大にとどまらず、日本に旅行しようとする層に向けて「情報接触 → 長崎への興味・関心 → OTA等への流入 → 商品閲覧 → 予約・購入 → 来崎・旅行」という一連の導線を構築することで、実際の旅行商品の販売及び長崎市への誘客につなげることを目的とする。

さらに、本事業終了後には、情報発信の実績だけでなく、OTAへの流入、商品閲覧、予約・購入、可能な範囲での宿泊・来崎等の実績を把握・分析し、本事業が台湾から長崎市への誘客にどの程度つながったかを検証するものとする。

3. 期間

契約日～令和9年3月31日（水）

※PR期間は契約日から令和 9 年2月28日（日）までとする。

4. 契約額

1,000,000 円未満（消費税及び地方消費税を含む）

※本業務の実施に必要なとなる一切の経費を含むものとする

5. 業務内容

（1）台湾FIT市場を対象としたプロモーション戦略の企画・実施

台湾から長崎市への FIT 旅行者の誘客を目的として、台湾市場の旅行動向、情報収集・予約行動等を踏まえ日本に旅行しようとする層に向けて、プロモーション戦略を企画し、実施すること。

単なる観光スポットの紹介ではなく、

- ・長崎ならではの食・歴史・文化
- ・夜景・ナイトタイム、体験型コンテンツ
- ・季節性のある観光コンテンツ

- ・長崎市内の観光施設・交通
- ・宿泊・滞在
- ・台湾人旅行者にとっての旅行のしやすさ
- ・長崎を目的地とした旅行商品の造成につながるコンテンツ

等を組み合わせ、実際の旅行・予約につながる情報発信を行うこと

(2) 台湾向け OTA の選定・連携

台湾の FIT 旅行者が利用する OTA を選定し、協会と協議のうえ連携すること。

OTA の選定にあたっては、単純な利用者数だけでなく、

- ・台湾市場における利用状況
- ・長崎市商品の取扱・送客実績
- ・台湾ユーザーへのプロモーション機能
- ・流入元、閲覧、予約等のデータ取得可能性

等を考慮すること

(3) OTA への送客導線の構築

WEB メディア、SNS、デジタル広告等から OTA の商品販売ページへ誘導する導線を構築すること。

可能な限り、「どの媒体から、どの OTA へ、どの商品ページへ、何人が流入し、そのうち何人が予約・購入したか」を把握できる仕組みが望ましい。

(4) デジタル広告等によるターゲットへのアプローチ

必要に応じて、Google、Instagram、Facebook、YouTube 等のデジタル広告を活用し、台湾の FIT 旅行検討者等への情報到達を図ること。

広告を実施する場合は、ターゲットの属性、旅行関心、地域、行動等を踏まえて配信対象を設定し、配信結果を分析するとともに、必要に応じて改善を行うこと。

(5) OTA 側における販売促進施策

本事業においては、外部メディア等から OTA へ誘導するだけでなく、OTA が保有するユーザーに対する販売促進施策についても提案すること。

例えば、

- ・OTA 内でのおすすめ商品や特集ページへの掲載
- ・OTA 内広告
- ・台湾ユーザー向けメール・アプリ等での告知
- ・検索結果等における露出強化

等、実際の予約・購入につながる施策を提案すること。

(6) KPI・効果測定

本業務では、プロモーションによる認知・リーチだけでなく、実際の旅行商品の販売及び来崎につながった成果を重視する。そのため、受託者は可能な範囲で、以下の数値を設定し、取得・整理すること。（任意設定）

① 情報発信・広告

- ・インプレッション数
- ・リーチ数
- ・記事 PV 数
- ・SNS エンゲージメント数

② WEB・OTA への流入

- ・長崎市公式観光サイトへの流入数
- ・OTA への流入数
- ・商品ページ閲覧数
- ・商品詳細ページへの遷移数

③ 予約・販売

- ・商品予約件数、人数

④ 来崎・旅行実績

可能な範囲で、

- ・予約者の旅行実施人数
 - ・旅行実施日
 - ・長崎市市内での宿泊・体験・商品利用実績
- 等を把握すること。

特に、予約者が実際に旅行を実施した人数について、把握可能な方法を提案すること。

(7) 効果検証・分析

事業終了後、各施策について、「認知 → 興味・関心 → OTA 流入 → 商品閲覧 → 予約・購入 → 旅行実施」の各段階における成果を整理し、施策ごとの効果を分析すること。

6. 実施体制・打ち合わせ

- ・業務の進捗を共有するため、協会との打ち合わせを適宜実施すること。
- ・打ち合わせに必要な資料を作成すること。
- ・OTA、メディア、広告媒体、旅行商品等の選定については、事前に協会と協議のうえ決定すること。

7. 成果物

業務終了後、以下の成果物を電子データで納品すること。

- (1) 業務実績報告書 1 部
- (2) 委託業務完了報告書 1 部

8. 業務報告

業務終了後、委託期間内に実施した業務実績及び成果を取りまとめた報告書を作成し、報告会を実施すること。

9. 留意事項

- (1) 受託者は、協会の指示に従って本業務を実施するものとする。
- (2) 本業務の実施に際して必要となる一切の経費は、当初の契約金額に含むものとする。
- (3) 成果物に重大な誤り等があった場合は、原因者において、回収、修正、再調査等の必要な措置を講ずること。
- (4) 受託者は、本業務の全部または一部を再委託してはならない。ただし、書面により協会の承諾を得た場合はこの限りではない。

- (5) 受託者は、本業務の関係書類等を整備・保管し、必要な書類の提出や実地検査等に際しては協力すること。
- (6) 本仕様書に記載されていない事項その他疑義が生じた場合は、協会と協議のうえ決定する。
- (7) 業務内容の変更等について協会から指示等があった場合は、協会と受託者が協議のうえ、委託契約の内容を変更することができる。
- (8) 本業務において制作した広告素材の写真、動画、記事その他の成果物について、協会及び長崎市が運営する観光関連サイト、SNS、パンフレット等において二次利用できるものとする。
- (9) OTA、メディア、インフルエンサー等を活用する場合は、掲載内容、掲載媒体、掲載時期、二次利用の可否及び権利関係について、事前に協会と協議すること。
- (10) 本事業において取得する予約・販売等のデータについては、個人情報保護その他関係法令を遵守するとともに、適切に取り扱うこと。
- (11) 本事業において発信する情報については、台湾人旅行者の視点を踏まえつつ、長崎市の観光振興及び実際の誘客につながる内容となるよう留意すること。

10. 参加資格

募集要項に定める参加資格のとおり。

11. 審査基準

募集要項に定める審査基準のとおり。

12. その他

- (1) 提案された内容は、採否に関わらず返却しない。
- (2) 本業務は、提案内容及び協会との協議に応じて、業務内容の調整をお願いする場合がある。
- (3) 成果報告書等については、必要に応じて英語での再利用を予定している。
- (4) 応募者多数の場合は、書類審査を行う場合がある。

以上

【お問合せ先】

(一社) 長崎国際観光コンベンション協会
事業本部 事業推進課

TEL : 095-823-7423

Email : tsunekawa@nagasaki-visit.com

担当：恒川 雄志