

神戸観光・メディアプロモーション強化業務

仕様書

令和6年2月

(一財)神戸観光局

1 件名

「神戸観光・メディアプロモーション強化業務」

2 目的

神戸には、六甲山や瀬戸内海の豊かな自然、美しい景観を有する港、異国情緒あふれる街並、日本最古の温泉である有馬温泉、灘の酒蔵など、魅力的な観光資源が豊富にある。また、「港町」としての歴史や恵まれた地形風土を背景に、神戸ならではのライフスタイルが育まれている。

こうした、神戸ならではの魅力が首都圏のテレビ、ラジオ、新聞、雑誌、WEB 等のメディアにより深く取り上げられるよう、パブリシティ活動やメディア発信活動等を通じて伝えることにより、都市ブランドの確立や神戸観光への動機付けを高める。結果、神戸旅行での滞在時間を延ばし宿泊に繋げることで、観光消費額増を目指すことを目的とする。

3 委託期間

令和 6 年 4 月 1 日から令和 7 年 3 月 31 日まで

4 委託金額

上限額 8,000,000 円 (消費税及び地方消費税を含む)

5 業務内容

5.1 コンセプトワークに基づくブランディング

- 下記、(参考資料)を参考に、ターゲット、コンセプトを設定し、目指すべき方向性を協議し、共有する。
- ブランディングを確立する手法を提案し、広報戦略と年間の活動計画を立て、実施する。

5.2 メディアプロモーション

露出獲得に向けた企画提案

観光客及びメディアのニーズを把握したうえで、多様なメディアを活用し、神戸観光の奥深い魅力の訴求、ブランディングの確立にむけ、テーマを年間 4 本程度設定し、神戸ならではの魅力が発信できる内容の企画提案を行う。なお、テーマについては神戸観光局と協議の上設定する。

露出獲得のための基本業務

上記の企画提案に基づき、以下の基本業務を実施する。

(1)メディア向け資料の作成

上記で設定したテーマにそって、効果的なアプローチ資料を作成し、的確なメディアへアプローチし、露出獲得につなげる。なお、内容については予め協議のうえ作成すること。

また、神戸の観光コンテンツやテーマごとに、歴史・背景や店舗・スポットを紹介した冊子「ファクトブック」(別紙)を更新(1~2カテゴリーの新規作成、既存カテゴリーのスポット情報の修正、追加等)し、メディアへのアプローチの際に活用すること。なお、ファクトブックは ai データ(イラストレーター)で作成することとする。

(2)プレスツアーの実施

メディアでの露出を目的とし、ターゲットとなる媒体を招請するプレスツアーを神戸観光局と協議の上、必要に応じて実施すること。上記で設定したテーマにそった内容であるかの有無は問わない。なお、実施する際には招聘するメディアや、ツアー内容、訪問先の案を提示し、神戸観光局と協議の上決定すること。ただし、招聘メディアに係る交通費、宿泊費等の実費は神戸観光局が負担するものとする。

(3)メディアとの関係づくり

神戸観光局とメディアの継続的な関係構築に向けて、神戸観光局職員同行の首都圏でのメディアアキャラバン、メディアを招いた勉強会や交流会等を実施する。

(4)その他

上記(1)~(3)以外に、委託金額内で露出獲得に向けて効果的な手法があれば提案すること。

5.3 効果測定

- 委託期間中、広告換算額の目安は5億円とする。
- その上で、その他の効果指標(リーチ数等)について目標値も含めた提案を行うこと。

5.4 報告

- 業務報告

効率的かつ効果的なパブリシティ業務を遂行するため、本業務の進捗状況及び実施効果の検証、それに基づく活動方針・計画の決定について、原則、月1回業務報告を行うこと。

報告は、本業務により掲出されたテレビや雑誌等の実績をクリッピングし、効果測定指標とともに報告すること。
- ミーティング

情報共有を図るため、必要に応じてミーティングを開催する。場所や回数は協議の上決定する。

5.5 成果品

- 本業務により掲出された番組及び記事等の実績(露出が獲得できた番組、雑誌等の成果品等)
- ファクトブック
- 最終報告書(活動実績、広告換算額や露出まとめ、リーチ数等)

6 著作権・権利侵害について

受託者は、ファクトブック、プレスリリース及びニュースレター（以下、「プロモーション著作物」という。）に係る全ての著作権（著作権法第 27 条及び第 28 条の権利を含む。ただし、取材先からの提供素材は除く）を神戸観光局に譲渡する。また、プロモーション著作物に係る著作者人格権を神戸観光局に対して行使しないものとし、その他の第三者に対しても神戸観光局の書面による事前の同意がない限りこれを行行使しないものとする。なお、これらの著作権譲渡及び著作者人格権不行使の対価は、委託金額に含まれるものとする。

受託者は、プロモーション著作物が第三者の知的財産権、肖像権、パブリシティ権等（以下、「知的財産権等」という。）を侵害していないことを神戸観光局に対して保証するとともに、第三者の知的財産権等を侵害することが認められた場合は、それによる損害と対応に要した一切の費用を神戸観光局に補償するものとする。

プロモーション著作物に関して神戸観光局が第三者から知的財産権等の侵害に係る主張又は請求を受けた場合、神戸観光局は、受託者に対し、当該主張又は請求への対応に関して、必要な協力を求めることができるものとする。

また、メディアプロモーション及びメディアによる露出の際に各種法令を遵守するとともに、神戸観光局が景品表示法その他各種法令を遵守するために必要な協力を行うものとする。

7 その他

その他の事項本仕様書に定めのない事項または本仕様書について疑義の生じた事項については（一財）神戸観光局と受託者とが協議して定めるものとする。

（参考資料）神戸観光の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	<u>強み (Strengths)</u> ・豊富な観光資源（瀬戸内海・六甲山など都市と自然の近接性、有馬温泉・異国情緒など豊かな街並み） ・観光資源のストーリー性（多国籍な歴史・文化、都市に近い自然、進取の気鋭に富むヒト） ・リピーター率・訪問者の満足度の高さ（特に、一度神戸訪れて、奥深い魅力に触れるとリピート意向が急激に向上する）	<u>弱み (Weaknesses)</u> ・日帰り客、近隣（近畿圏）観光客が多い結果、観光消費額が相対的に低い。 ・キラークンテンツの不在
外部環境	<u>機会 (Opportunity)</u> ・三宮・ウォーターフロント・須磨海岸・六甲山の再開発/再整備の進展市街地の再開発・再整備 ・関西圏全体でインバウンドの好調さ（大阪・関西万博・大阪 IR・神戸空港国際化） ・SDGs やスタートアップなど神戸市の先駆的な取り組みの進展	<u>脅威 (Threat)</u> ・情報入手経路の多様化（テレビ・雑誌・新聞以外のウェブメディアの台頭） ・類似都市（横浜）、近隣都市（大阪・京都）の存在 ・新幹線で誘客するには JR の管轄エリアをまたぎ、大阪・京都を超えて訪れる動機付けが必要