

神戸観光局「海外トップインフルエンサー招聘事業」事業者公募 / 質問と回答

2023年3月27日

「海外トップインフルエンサー招聘事業」の公募に対して、2023年3月10日(金)～3月20日(月)の期間に寄せられた質問について、以下の通り回答させていただきます。

※ 重複もしくは同意のご質問については、項目をまとめて回答させていただきます。

質問	回答
<p>【過去の実施事例について】</p> <p>Q1: 過去、同類の事業を実施されたことはございますでしょうか。もし、実施されていれば、内容を簡単にご教授いただけますでしょうか。</p> <p>Q2: 過去に同様の施策をされたことがありますか？</p> <p>Q3: 神戸市として、過去に今回のようなインフルエンサーを招聘した企画を行ったことがあるか教えてくださいたいです。</p>	<p>A: 神戸観光局の事業に係る範囲で回答させていただきます。</p> <p>過去に海外からのインフルエンサープロモーションの実績は数回ございます。但し、招聘するインフルエンサーはフォロワー数10万～数十万のパワーインフルエンサーである場合が多く、内容としては、台湾やタイ等から招聘し、神戸市内で2日程度滞在。その間、神戸市内の観光スポットを車両等で巡り、SNSやWEBメディア等で発信いただくというものでした。</p>
<p>【効果・指標について】</p> <p>Q: 例えばフォロワー100万人以上のインフルエンサーが神戸を訪問して、街の魅力を投稿など発信した時に、その「効果」については、どの様なものを「効果」として評価していただけますか？お考えを伺いたい。</p> <p>(例として、SNSの一つの投稿に対する「いいね!」の数や閲覧された数で、「効果」として捉えるという観点はどうか?)</p>	<p>A: 神戸の認知度向上や、訪問意欲の喚起、実際の訪問などをプロモーションの目的としながらも、直接的かつ定量的な効果指標としては「リーチ数」「エンゲージメント数」であると考えております。</p>
<p>【履行期間について】</p> <p>Q: 履行期間の中で、メディアによる情報拡散も終了している必要があるのか？</p>	<p>A: 取材から発信まで、全ての業務を履行期間内に終了いただくようお願い致します。</p>
<p>【ターゲット国について】</p> <p>Q: 英語圏/フランス語圏/中国語圏のターゲットについて、参考までにお聞かせいただきたいのですが、これまでの実績としてどこが最重要、もしくは訪神戸客数が多いのでしょうか。</p>	<p>A: 当事業においては、カテゴリごとの重要度に前後はございません。</p> <p>神戸市内での宿泊客数について、コロナ前の2019年においては、東アジア85%、欧米豪12%、東南アジア3%となっており、東アジアの割合が多くなっておりましたが、現在はアジア圏の割合がさらに大きくなっております。</p>
<p>【ターゲット層について】</p> <p>Q1: 各カテゴリのターゲットの性別/年代について、より具体的に希望があれば伺いたいです。ターゲット</p>	<p>A: 明確な指定はございません。それぞれのカテゴリにおいて、今回のプロモーションで、最も効果的に訴求・</p>

<p>像として、ファミリー・カップル・友達・単身など、旅行者のイメージはありますか。</p> <p>Q2：趣味嗜好の部分に、訪日見込み客という記載がありますが、見込み客の定義について教えていただけますでしょうか。例えば、日本好きな人、もしくは旅行好きの人、など。</p>	<p>誘客が図れそうなターゲットを設定し、ご提案ください。訪日見込み客の定義は「訪日旅行を現在計画・検討している、もしくは先1~2年のうちに訪日旅行に行く可能性が高い人々」です。</p> <p>なお、インフルエンサーの選定や企画においては、ターゲットありき（マーケットイン）ではなく、「重点コンテンツを中心に神戸をデスティネーションとして訴求する場合、それぞれのカテゴリにおいて、最適なインフルエンサー・メディアは誰か？」という、プロダクトアウト的な視点で組み立ていただければと存じます。</p>
<p>【コンテンツについて】</p> <p>Q1：神戸ビーフ、灘五郷の日本酒を中心として、他の神戸のグルメコンテンツとあわせて「グルメ全般」で発信する認識で合っているか。</p> <p>Q2：食コンテンツとして「神戸ビーフ」については、以下の URL のような神戸ビーフオフィシャルレストラン加盟店に入っているような店舗にて食レポをする形で基本問題ないでしょうか。 https://kobebeef-org.jp/</p>	<p>A：神戸ビーフ、灘五郷の日本酒といった神戸が誇る世界的なグルメを中心としつつ、市内の観光スポットも交えながら「神戸の観光情報」を発信する、というご認識で宜しくお願い致します。</p> <p>例えば、グルメ系のトップインフルエンサーを招聘した場合、神戸ビーフについて取材とレビューに加え、その前後で神戸の街を観光している様子も入れ込み発信を頂くイメージです。</p> <p>神戸ビーフの取材については、店舗での実食を想定しています。</p>
<p>【フォロワー数について】</p> <p>Q1：100 万人以上のトップインフルエンサー 招聘に関して、インフルエンサーが複数の SNS を持っている場合、フォロワーの合算値で問題ないか。</p> <p>Q2：SNS フォロワー数に関しては、SNS の総フォロワー数、もしくは単体の SNS でのフォロワー数どちらでしょうか。(後者と認識しています)</p>	<p>A：SNS フォロワー数は単体の SNS でのフォロワー数での想定です。</p> <p>(例) トップインフルエンサーの場合 ○：Instagram 150 万人、YouTube 90 万人 ×：Instagram 20 万人、YouTube 20 万人、TikTok 60 万人</p>
<p>【発信する SNS について】</p> <p>Q1：1 名以上のトップインフルエンサーの SNS フォロワー数 1 0 0 万人以上とあるが、SNS の媒体（Twitter・Facebook・TikTok・Youtube・Instagram 等）に指定はございませんでしょうか？</p> <p>Q2：発信する SNS の優先順位はありますか。</p>	<p>A：媒体に指定や優先順位はございません。プロモーションに効果的なものをご提案ください。</p> <p>また、仕様書において「SNS フォロワー数 100 万人以上、もしくは同程度の影響力を持つ」と記載させていただいております通り、必ずしも SNS フォロワー数 100 万人でなく、ブログやマスメディア等で圧倒的な知名度や影響力を持つ方でも構いません。</p>
<p>【インフルエンサーの拠点について】</p> <p>Q：インフルエンサーは、在日のインフルエンサーでも可能なのか。</p>	<p>A：可能ですが、それぞれのカテゴリにおいて、全て在日のインフルエンサーとなる想定はしていません。</p>

	<p>(例)</p> <p>○：海外からのトップインフルエンサー1名 + 在日のマイクロインフルエンサー2名</p> <p>×：在日のインフルエンサー 5名</p>
<p>【メディアの拠点について】</p> <p>Q1：メディア招聘に関して、今回のターゲット国に拠点を持っている必要があるのか？日本拠点でターゲット国のユーザーに対して発信している媒体でも問題ないか。</p> <p>Q2：招聘するメディアはターゲット国在住のメディアを想定していますでしょうか。それとも、ターゲット国に訴求できるメディアであれば在日もしくは日本法人のメディアでもよいのでしょうか</p> <p>Q3：「メディアの招聘」となっておりますが、海外のメディア限定ということでしょうか。インフルエンサーの紹介などを実施する国内メディアは対象外となりますでしょうか。</p>	<p>A：日本法人、もしくは日本に拠点のあるメディアでも構いません。予算の範囲内において、最もプロモーションに効果的と考えるメディアをご提案ください。</p>
<p>【招聘スケジュールについて】</p> <p>Q：提案書でご提案する招聘インフルエンサーの滞在スケジュールや日付がやむを得ない都合で変更が発生した場合、滞在スケジュールや日付を変更することは可能なのか</p>	<p>A：同様の日数・行程となるのであれば、可能です。</p>
<p>【招聘時期について】</p> <p>Q：どのシーズンでの投稿が望ましいか？もしくは、神戸市として一番魅力があると考えていらっしゃるシーズンはございますか。撮影から投稿までにある程度の時間が要するため、シーズンの訴求というのは難しくなる可能性が高いと考えますが、今後のスケジュールを打診するためにも、投稿のタイミングについても希望を伺いたいです。</p>	<p>A：重点コンテンツである神戸ビーフや日本酒などについては、季節問わず楽しめるため、シーズンについて特に指定はございません。但し、神戸は海と山に囲まれた街で、都市から近い豊かな自然も魅力であるため、可能であれば、緑や花々が楽しめる冬以外の時期が望ましいと考えております。</p>
<p>【FAM ツアーの行程について】</p> <p>Q：インフルエンサーのFAM ツアーに関して神戸の魅力を発信するために、広域連携を想定したFAM ツアーの設定も可能でしょうか。例えば、大阪・京都に来られたお客様インバウンド含めを神戸に宿泊いただくために、距離感などをプロモーションできればと考えております。そのため、神戸市滞在だけのFAM に限定されるかどうかをご教示ください。</p>	<p>A：可能です。但し、あくまでも重点コンテンツをメインとした神戸市の観光プロモーションを目的としているため、神戸市周辺の広域としての情報や、大阪京都からの距離感やアクセスについての情報の優先順位は低いとご理解ください。</p>

<p>【インフルエンサーの実績】</p> <p>Q： 招聘インフルエンサーの詳細と具体的な業務内容及びスケジュールで、過去の発信内容とありますが、日本のコンテンツに限定して、過去の発信内容等が必要なのでしょうか。それとも、重要コンテンツ及び親和性の高い内容であれば、国の限定はありませんでしょうか。</p>	<p>A： 日本のコンテンツに限定する必要はございません。重点コンテンツを中心に、神戸の観光について発信いただく際に、どのような内容・クオリティになり、どれほどプロモーション効果があるか想定するための事例として伺えればと考えております。</p>
<p>【露出期間について】</p> <p>Q： インフルエンサーの展開する SNS にもよるかと思うのですが、最低露出期間はどのくらいでしょうか。（基本はアーカイブ化で削除対応をこちらから促すことはないですが、インフルエンサーによっては露出期間の交渉が必要になるため）</p>	<p>A： 基本的に発信したプラットフォームやメディアが存続する限り、永続的な掲載を想定しています。（フィード上位へのピン留めやトップバナー掲載である必要はございません）</p> <p>露出期間の交渉が必要な場合、最低でも発信後から 1 年間の掲載を希望します。</p>
<p>【二次利用について】</p> <p>Q： 今回の企画で、インフルエンサーの投稿を二次利用する可能性はありますか。その際、どのような露出先が想定されるでしょうか。（SNS 広告、サイトでの掲出、神戸市アカウントでの投稿など）</p>	<p>A： 二次利用の可能性がございますが、ご提案の時点で二次利用の可否まで確定いただく必要はございません。</p> <p>招聘者のコンテンツが二次利用可能の場合は、プロモーションの効果の最大化を図るためにも、次項の【情報拡散について】で記載する、当局の SNS アカウントでの発信、もしくは当局が運用するホームページ等で掲載する場合がございます。</p>
<p>【情報拡散について】</p> <p>Q： インフルエンサーのアカウントやメディア招聘に加えて、 SNS を用いて情報拡散を希望する場合、使用可能なアカウントはあるか？</p>	<p>A： 当局が運用する SNS アカウントをご活用いただけます。インバウンド向けとして、英語で Facebook（フォロワー12万人）、Instagram（フォロワー2千人）を運用しております。</p> <p>Facebook： https://www.facebook.com/visitkobe Instagram： https://www.instagram.com/visitkobe/</p> <p>これらでの発信を交えたご提案を頂くことも可能です。</p>
<p>【報告について】</p> <p>Q： 報告の内容に必要な情報について、確実に必要な情報があればご教示ください。</p> <p>例えば、いいね数を開示していないインフルエンサーなどもありますが、どうしてもいいね数は必要、など</p>	<p>A： 特に指定はございません。ご提案の際に提示を頂く「プロモーション効果が予想できる指標」に準じて、プロモーションの効果を図ることができる定量的な数値と、それについての分析やレビューを頂ければと思います。</p> <p>(例) インフルエンサー A を、想定リーチ数を交えて提案した場合、発信後はリーチ数を集計し報告。</p>

【費用について】

Q: 今回、神戸ビーフの店舗や灘五郷の日本酒へ取材に行ったり、滞在するホテルの紹介、など発信内容に関わる紹介先での実費についてはご招待いただけるのでしょうか。

A: 取材費をはじめ、あらゆる費用については、全て見積りに含めていただくようお願い致します。

行程が決まり、各施設に取材受け入れ依頼をする中で、それぞれ減免対応いただける場合もあろうかと存じますが、現時点では不明のため、提案する行程や招聘日数に応じて、想定される取材費をお見積りください。

なお、事業を進める中で、当初予定する取材費を上回る場合には、都度相談の上、進めさせていただきます。取材依頼・減免交渉等は基本的には受託者に担って頂くこととなりますが、必要に応じて、当局からのサポートも行います。