

小野市地域活性化支援業務仕様書

1 業務の目的

小野市の観光施設、観光産業及び地場産品等の魅力をInstagram等のSNSやWEB広告等を利用して、観光ニーズに基づくターゲット層に効果的に配信し、本市の知名度を向上させるとともに、来訪意欲等の醸成と地域産業の活性化を支援する。

また、これらの広告を通じて、本市独自の観光プロモーションを進めるため、効果的な施策の構築に向けたターゲット設定、観光ニーズ分析等の基礎資料を獲得する。

2 業務名

小野市地域活性化支援業務

3 契約形態

小野市との委託契約

4 契約期間

契約締結日翌日から令和7年3月31日まで

ただし、業務履行上に問題がなく、業務目的に対し業績がある場合は、業務期間満了の日の翌日から1年間の契約更新について協議を行うものとする。なお、契約更新は3年を上限とする。

5 WEB広告等の開始日

概ね令和6年8月1日からWEB広告の配信等が実施できること

6 委託限度額

10,000,000円（消費税及び地方消費税相当額を含む）を上限とする

7 業務仕様

(1) 共通事項

- ① 観光とふるさと納税のプロモーション施策が相互に関係付けられ、相乗効果を生むプロモーションを展開すること。
- ② 一方で、観光プロモーションに要した費用とふるさと納税プロモーションに要した費用が区分できるよう、事業を構築すること。
- ③ 広告対象の観光施設等（公共施設、市内飲食店舗等を含む）や地場産品等の魅力がより引き出されるよう、画面デザインやキャッチコピー、紹介文の作成等に係る提案を行うこと。

- ④ 発信に用いる観光、地場産品等情報は、基本として、本市が提供する情報に加え、受託者が取材を行う等の方法により作成すること。
- ⑤ 新聞、テレビ等のメディア、インフルエンサーの活用等、多種多様な手法で効果的なプロモーション手法について提案すること。
- ⑥ ふるさと納税返礼品のPR及び配送等の中間業務を行う事業者（以下「中間事業者」という。）と連携したプロモーション展開を検討し、実施すること。
- ⑦ 上記⑥の連携のために行う業務調整会議（年間6回程度）に出席すること。
- ⑧ 上記⑥の連携のために必要とされる情報等について、中間事業者にでき得る限りの情報提供を行うこと。

（2）観光プロモーション

- ① インスタグラムやLINE等のSNSやWEB広告、その他の広告手法を組み合わせ、観光情報の発信を行うこと。
- ② 広告対象の観光施設等について、設定したターゲットの人物像に向けた観光PRコンセプトや広告プランを作成、提案すること。
- ③ 気軽に本市に来訪できる範囲（概ね自動車で1時間圏内）に居住する者をターゲットにした来訪誘発プランを提案すること。

（3）ふるさと納税プロモーション

- ① インスタグラムやLINE等のSNSやWEB広告、その他の広告手法を組み合わせ、地場産品情報の発信を行うこと。また、ふるさと納税ポータルサイト等の広告欄等を利用した情報発信を行うこと。
- ② 地場産品について、取得及び寄附意欲を誘発するようなキャッチコピー、画面デザイン等を提案すること。
- ③ 広告する地場産品を本市をPRする観光資源の一つとして捉え、単なる物品紹介とにならないよう企画すること。
- ④ 広告する地場産品等について、設定したターゲットの人物像に向けた観光PRコンセプトや広告プランを作成、提案すること。
- ⑤ ポータルサイト内で行う中間事業者のプロモーションと連携、協力を行うこと。

（4）実績報告

以下のペーパー資料及びデータが保存されたCD-Rを提出すること。

①実績報告

- ・作成したアカウントの設定内容
- ・配信した広告画面
- ・配信レポート等の配信実績

②分析

様々な角度から、プロモーション効果について測定、分析すること。

- ・発信した情報とターゲット層とのマッチングについて
- ・SNS、WEB広告、ふるさと納税ポータルサイト等、広告手段とのマッチングについて
- ・「いいね」件数等に基づく観光ニーズ分析 等

③翌年度への提案

上記分析に基づき、翌年度以降のプロモーション戦略を提案すること。

8 参考

業務仕様を作成するにあたっては、次を参照すること。

(1) 観光関係

項目	数量等
市内観光施設	市HP等で確認すること
小野市観光協会特別会員店舗数	115店舗
小野うまいもんブランド認証品数	31品
小野市観光協会Instagram	@visit_ono
小野市観光協会LINE	@visit_ono

(2) ふるさと納税関係

項目	数量等
地場産品登録数	約930品
登録事業者数	62事業者
契約サイト数	9サイト