

各位

公益社団法人 北海道観光機構  
会長 唐神 昌子  
(公印省略)

令和8年度 誘客促進強化事業 Web・SNS プロモーション事業

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8年度 誘客促進強化事業 Web・SNS プロモーション事業
- 2 業務委託期間 契約締結日～令和9年3月12日（金）
- 3 主な業務委託内容  
北海道観光への興味喚起、誘客に繋げるため、「LINE 公式アカウント」および「公式 SNS」を活用し、道内各地の観光情報やテーマ性を持った北海道の魅力を発信する。有名観光地のみならず、新しい観光コンテンツの発掘や SNS の即時性を活用した情報発信を行うこと。また、各種キャンペーン等も実施し、全国に向けて効果的なプロモーション、および各アカウントへの新規登録者等の拡充を図る。
- 4 今後のスケジュール（予定）  
後出
- 5 その他
  - (1) 事業内容に関する質問は、参加表明締切より3営業日後（4月1日（水））の13時までメールでのみ受け付けます。なお、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 北海道観光機構  
マーケティング・DX部 担当：吉井、広島  
e-mail：n\_yoshii@visithkd.or.jp  
n\_hiroshima@visithkd.or.jp

## 企画提案指示書

### 1. 目的

Web・SNS の発信力と拡散力を活用し、道内各地の観光情報やテーマ性を持った北海道の魅力を全国に向けて効果的に発信する。これによりユーザーと北海道とのタッチポイントを増やし北海道への関心と興味・共感を高め、北海道ファンの拡充と定着、北海道への観光誘客の促進、地域・季節偏在の解消を図るとともに、データを収集し、より高い効果が見込める情報発信に役立てる。

### 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 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 63,000,000 円（消費税及び地方消費税相当額を含む）

本事業は公益社団法人北海道観光機構理事会での令和8年度予算の議決前であるため、議決結果によっては、委託業務内容及び予算上限額を変更、又は事業を中止する場合がある。その場合は、当機構と提案者の双方の協議により提案内容の変更または契約を行わないことがある。

## 6. スケジュール

3月19日(木)	公示・観光機構HPに掲載
3月30日(月)	企画提案参加表明 13時締切
4月16日(木)	企画提案の提出期限 13時締切
4月中旬～	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8年4月～令和9年3月12日(金)

令和9年3月12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)

### ■LINE事業

#### (1)LINEアカウントの1本化およびリニューアルの実施

現在運用の公式LINEアカウントは24個のアカウントにて運用を行っている。これらを1本に統合し、合理的な運用を実施する。

- ① 1本にまとめるための、新たなアカウントを立ち上げる。
- ② 令和7年度までの友達登録者を新たなアカウントへスムーズに移行させる。
- ③ 移行の際、魅力的なキャンペーン等の手法を用いて実施すること。
- ④ 移行は「リニューアル」であることを伝え、実際の運用もリニューアル感を出すこと。
- ⑤ 移行期間は7月初旬頃までを目処とする。なお、移行期間中は令和7年度事業まで使用している24アカウントについても運用すること。

※4月中旬から7月中旬の24アカウントのサーバー保守および配信については、LINE社とのアカウントの引継手続きに時間を要することから、既存アカウントの運用は前年度事業者が引き続き管理をする。この期間の24アカウントに関する保守・管理・配信代行費用として、事業費より前年度までの受託事業者を支払うこと。なお、費用は2,000,000円を想定している。

- ⑥ 新たなアカウントに移行する際、アンケートを実施し、年度内のセグメント配信に活用すること。以降、原則新たなお友達登録には移行時と同等のデータを取得し、LINE登録者の属性を把握した上で運用すること。これらの属性は、より効果の高いセグメント配信に活用する予定のため、目的を考慮した内容とすること。なお、アンケート項目については観光機構と協議の上、最適化を図ること。
- ⑦ 新たなアカウントでは、年度内に実際に現地に訪れた数か、同等の情報が取れるような仕掛けを実施すること。

例：QRコードを活用したキャンペーンや位置情報を活用したキャンペーン

⑧ スケジュール例

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
旧アカウント運用 (24アカウント)	■											
新アカウント運用 (1アカウント)	■											
移行キャンペーン	■											
リニューアル キャンペーン			■				■					

(2) LINE による情報発信及びシステムの管理・運用の実施

- ① 配信期間：令和8年4月～令和9年3月
- ② 配信頻度：配信頻度：4月/1回以上、5—2月/4回以上、3月/2回以上配信を実施すること。5—2月期間は全配信を原則月1回（年合計12回）以上実施する。セグメント配信についても通数に拠らず、1回にカウントできる。LINEの配信は従量課金制であるため、これを考慮できる配信スケジュールとすること。
- ③ 配信内容
  - ・全配信、セグメント配信ともに先に実施したアンケート回答の項目ごとに配信数、開封数（率）、クリック数（率）を、配信後、速やかにグラフ等を用いて示すこと。また、その結果を次回以降のセグメント配信に活かすこと。
  - ・取材や動画配信、LINEのプロモーションに係るイメージキャラクターは、北海道観光 PR キャラクター「キュンちゃん」とし、キュンちゃんの露出機会を可能な限り作ること。露出方法は、イラスト、ぬいぐるみ、着ぐるみ（アクター含む）等、既存のデザインを活用し展開を図ること。
  - ・配信内容は、道内各地の観光情報に加え、テーマ性を持った北海道の魅力についての記事や動画配信の実施とするとともに、登録ユーザーの満足度を上げるためのオンラインイベントや各種キャンペーンなども考慮すること。その際、必要な景品やノベルティについても実施事業者が準備すること。
  - ・配信コンテンツの取材や情報配信等の事業スケジュールを示すこと。また、地域と連携する情報発信及びキャンペーン等についても計画的に展開すること。
  - ・当機構並びに北海道が実施する各種事業や道内観光誘客促進に関連した各種素材の効果的な配信を行うこと。なお、配信内容、時期等については観光機構と協議する。
  - ・地域・季節偏在解消も考慮した道内各地への誘客促進を図る情報発信とすること。
  - ・実施キャンペーンのうち、下記企画を各1回以上実施し、LINEの登録者数の拡充・地域誘客の促進を図ること。
    - ア. LINEアカウントの受信設定を促進するキャンペーン
    - イ. アクティブユーザーを効果的に増やすキャンペーン
  - ・情報配信のため取材した素材は、観光機構ホームページ内等のアーカイブとして活用できるようにすること。新たに取材・製作し、旬な観光情報を提供すること。
  - ・観光機構が実施する各種誘客促進事業のコンテンツや情報発信ツールとして当アカウントの活用を最大限図ること。展開にあたっては観光機構と協議し進めること。
  - ・当機構が参加する、日本国内向けの旅行イベント（EXPO等）の事前告知も行う。  
参考：令和7年度の告知配信回数 9回（エリアセグメント）
  - ・当アカウントの中・長期的な運営につなげるため、最大限効率的に運用するためのシステムとサポート体制を構築すること。なお、運営するシステムは当事業終了後、管理・運営事業者が変わっても利用できるものとすること。

- (3) 移行完了時の登録者数は10万人以上を目指す。(令和7年12月時点でのアクティブユーザー数は20万人)  
移行は前例がないため、移行期間の登録者数の推移は適宜報告すること。
- (4) 令和8年度のLINEアカウントの新規登録者数は10,000人以上(令和9年度3月末時点)を目標とする。今年度はアカウント移行があるため、新規登録者とは、移行キャンペーン終了後の7月以降の登録者とする。
- (5) 上記以外でさらなる宣伝効果や誘客に効果が期待できる企画の提案を行うこと。

## ■SNS情報発信事業(日本語)

### (1) SNSの配信

- ① **配信対象**：日本語の以下の観光機構公式SNSにて北海道の魅力を配信する。

i. Instagram運用アカウント：

[https://www.instagram.com/goodday\\_hokkaido/](https://www.instagram.com/goodday_hokkaido/)

ii. Facebook運用アカウント：

<https://www.facebook.com/gooddayhokkaido/>

iii. X運用アカウント：

<https://x.com/HOKKAIDOL021007>

iv. YouTube運用アカウント：

<https://www.youtube.com/channel/UCAGzkBhbA6YuQFt5z7D0THw>

※その他、ミラー配信対象アカウントが別途ある

- ② **配信期間**：令和8年4月～令和9年2月28日までの間

- ③ **発信回数**：上記の各チャンネルのうち、i ii iiiについては原則週2回以上発信する。年間の発信予定スケジュールを組んで提案時に明記すること。また、ivのYouTubeに関しては動画投稿素材についてショート動画として発信する。動画素材はi iiで使用したものと同一素材でも良い。

- ④ **観光素材の収集**：

**ア. コンテンツ収集** i iiについて、配信する素材は道南、道央、道北、道東各エリアを取材し収集すること。季節や対象は事業者が提案した配信計画をもとに、観光機構との打ち合わせを経て決めること。配信素材は取材以外のものを使用しても良い。また、LINE事業と連携・連動することで取材など合理的に実施できるようにすること。

**イ. UGCの活用** 発信する観光素材はUGCも活用できる。その際の使用許可、著作権整理等は事業者にて実施すること。

**ウ. 地域が持つ素材の活用** 各地域の自治体・観光協会等が保有している観光素材を活用した情報発信も可とする。その際は事前に情報を保有・管理する自治体・観光協会等と発信内容について打ち合わせをするなどして許可を取ること。

- ⑤ **観光機構からの依頼対応**：観光機構が実施する別事業や北海道庁等からの指示にて、観光機構からコンテンツ発信を依頼することがあるので対応すること。※配信予定の他コンテンツと差し替える等で対応することも認める。なお、この依頼配信は機構が独自に発信する場合がある。その場合は配信数にカウントしない。

- ⑥ **効果測定のための宿泊・体験予約への誘導**：北海道への誘客への効果を知るため、定期的に観光機構が運営するHOKKAIDO LOVE!のページにある宿泊予約や体験予約のアフェリエイトにも誘導すること。チャンネルや内容によってはすぐわないケースもあるので必須とはしない。誘導を行った投稿については明確に分かるように報告すること。

- ⑦ **Instagram、Xのミラー配信の実施**：観光機構では上記公式アカウントのほかに「北海道観光キャラクターキュンちゃん」のアカウント(以下、キュンちゃんアカウント)を運営している。こちらのアカウントについても、公式用素材で「キュンちゃん」が登場するコン

テントについてはミラー配信用の投稿を実施すること。なお、ミラー配信の開始時期については別途指定する。アカウントは下記の通り。

#### Instagram

[https://www.instagram.com/kyunchan\\_hokkaidolove/](https://www.instagram.com/kyunchan_hokkaidolove/)

#### X

[https://x.com/kyunchan\\_dc](https://x.com/kyunchan_dc)

### (2) 配信内容

- ① 北海道の観光に係る素材を「食」「歴史・文化」「自然」のカテゴリーにて配信し、投稿毎やチャンネル毎のエンゲージメントデータを収集すること。
- ② Instagram、Facebook、Xについては配信素材やチャンネル特性に合わせて動画・静止画を適宜織り交ぜること。また、動画の場合、配信内容やチャンネルに適した長さとする。
- ③ YouTubeに関しては原則動画での配信となるが、ショート動画や静止画を使った編集でも構わない。
- ④ 農地や牧場、私有地を含む観光スポットに触れる場合は、立ち入り等への注意を促すなど留意すること。
- ⑤ 投稿に対するコメントがあった場合、可及的速やかに反応すること。内容によってはコメントで返信すること

### (3) 配信コンテンツ分析：事業終了時に提出する報告書にてまとめること。

- ① 分析は投稿コンテンツ単位で実施すること。特に「保存」（または類似の行為）に至る投稿について、傾向や特徴、向いているジャンルなどまとめること。
- ② 投稿については適宜、データ分析、告知のための広告費用をかけても良い。なお、予定している広告費については見積内で明示すること。
- ③ 各チャンネルでのまとめも行うこと。フォロワー数の増減、エンゲージメント数やエンゲージメント率等のインサイトデータの報告と、各チャンネルの特徴や強み・弱み、北海道の観光コンテンツ訴求の親和性等をまとめること。
- ④ 分析内容から北海道の観光コンテンツの強みや特徴・傾向、および道内エリアの特徴を読み取り、体系立ててまとめること。なお、SNSの専門的な用語を知らなくてもわかるような内容とすること。

### (4) 月次報告：毎月1度、その前月のデータをまとめて提示すること。発信内容やそのジャンル、エリアがわかるように、それぞれのコンテンツごとのエンゲージメント数、保存数や拡散数などを見やすくまとめること。加えて、月次やクォーター単位で別途提出可能で役立つ報告項目があれば提案し、実施すること。

### (5) 追加施策：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

例) インフルエンサーを活用した本企画をさらに充実させる企画の実施等

### (6) 本事業のKPI：4月下旬から令和9年2月末までの期間、Instagram、Facebook、Xは週2回の投稿を実施すること。（4月27日の週から開始の場合、44週×2回×3チャンネル＝264回の投稿）

Instagram フォロワー数をスタート時から6,000人以上増やすこと。また、事業者でエンゲージメント率・エンゲージメント数に係る目標を設定し示すこと。他事業にて実施した投稿で極端にフォロワーが減ることがあれば、その数値を除いても

良い。ただしキャプチャなどを取り減数を客観的に証明すること。

※キュンちゃんアカウントは対象外

Facebook フォロワー数をスタート時から1,000人以上増やすこと。また、事業者でエンゲージメント率・エンゲージメント数に係る目標を設定し示すこと。

X フォロワー数をスタート時から5,000人以上増やすこと。その他にエンゲージメント率・エンゲージメント数に係る目標を設定し示すこと。

※キュンちゃんアカウントは対象外

YouTube 動画素材をすべてショート動画投稿数とすることを前提に予定の動画本数をKPIとして示すこと。

LINE アカウントを1本化したのちに、新規登録者数で10,000人以上増やすこと。SNSは全てのチャンネルにおいて、「保存数」「シェア数」（チャンネルごとに名称は異なる）的な数値を上げるように努めること。またこれらの数値は投稿ごとにどれくらいの実績があったか月次報告でも示すこと。

### （7）観光機構公式SNS を活用した素材収集：

①機構公式 SNS と「HOKKAIDO LOVE!」サイトへの掲載用素材収集を行うため、機構SNSを活用し「秘密の絶景北海道」を開催するとともに、キャンペーン効果を高めるために、投稿促進広告を行う。（複数チャンネルが望ましいがInstagramのみなどの展開も可）

②実施期間：令和8年7月～令和9年2月

③実施回数：夏・秋・冬の季節毎に写真投稿を促進できるよう実施すること。

④投稿者への連絡調整に漏れ等が無いよう留意することとともに、投稿写真はサイト等で掲載するなど、積極活用を図ること。

⑤投稿写真のテーマ・条件等については、観光機構と協議の上、決定すること。

※キャンペーン実施に係る企画、ページの改修、景品等の手配は委託事業者が実施すること

### ■共通事項

①取材はLINEとSNSを同時に実施する等、合理的にすすめること。また、キャンペーンなどを実施する場合、可能な範囲において合同開催するなど連動性を意識すること。

②発信素材は準備すること。観光機構側で準備することを前提とした運用は認めない。ただし観光機構が保有する素材を活用することは可とする。

③実績報告および成果物の納品

冒頭にすべてのKPIとアウトカムについてまとめること。各論については「LINE」と「SNS各チャンネル」でページを分けること

#### LINE

ア．当アカウントの運用と各種プロモーションの概要と合計金額及びその効果（登録者数、配信数、閲覧数、分析結果等）

イ．取得可能な範囲での登録者等のデモグラフィックデータの提示

ウ．データ分析的な観点も含んだ報告とすること

エ．成果物プロモーションに関連する2次利用可能なデザイン等、本業務における広告宣伝で使用した素材データ一式

#### SNS

ア．SNS配信に係るものは特に詳細に、どんな配信コンテンツに対しての数値なのか等がわかるように工夫すること。

イ．「自然」「食」「歴史・文化」のジャンルを明確にしたまとめを行うこと。

ウ．デモグラフィックデータを用いる内容についてはどういうジャンル・素材がどの層に

有効なのか、有効でないのか等について体系立ててまとめること。また、地域に紐づけられる素材については、地域素材による反応層の特徴についてもまとめること。

エ. SNS運営側のルール変更等が生じ、提示内容が困難になった場合は観光機構と協議の上、新たな報告項目を設定する。

## (8) 権利関係の整理、成果品及び提出物

- ① 本事業で新規に撮影・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著作権の整理に留意すること。
- 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。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。
- ③ 上記①と②、現物協賛積算表を格納したUSBメモリ 1部を提出する
- ④ 報告書は、イベント写真や個人情報等を含む全体報告書と、個人情報等を除いた公開用報告書の2種類を作成すること。全体報告書は印刷物3部及びデータ、公開用報告書は印刷物1部及びデータを提出すること。また事業にて制作、撮影したものは成果品として提出すること。

## 9. 地域及び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（クーポン、広告記事掲載等）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ること。なお、協賛意思の事前確認等に係るエビデンスの確保などを求める場合がある旨、予め留意すること。

## 10. 予算上限

63,000,000円（消費税及び地方消費税相当額を含む）

## 11. 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8年3月30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：別紙書式を記載の上Eメールにて、添付送信してください。

## 12. 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。この表現については別途観光機構から指定する。

(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 3. 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80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 4. 企画提案書の提出

(1) 提出部数7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 （公社）北海道観光機構 事業企画本部 マーケティング・DX部

吉井 n\_yoshii@visithkd.or.jp

広島 n\_hiroshima@visithkd.or.jp

〒060-0003 札幌市中央区北3条西7丁目緑苑ビル1F

(3) 提出期限 令和8年3月30日（月） **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 F A X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（社名入り、社名記載しないものそれぞれ）。**なお電子データのみでの提出は認めない。

1 5. 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3者以上の場合は予め書面審査を行う場合がある

(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（ビデオ会議ツールを利用して参加することも可能。その場合でも参加上限は3名までとする。また、必ず1名は別途指定するプレゼンテーション会場にて参加すること。）

## 16. 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・チャネル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

※ 北海道観光機構は、「北海道赤れんが未来機構」のコンソーシアムの構成員となり北海道庁旧本庁舎(以下、「赤れんが庁舎」という)の運営・管理業務を受託していることから、当該事業においては、赤れんが庁舎への誘客を目的としたプロモーションはできないので、提案に含めないよう留意すること。

【例】赤れんが庁舎への誘客をPRするキャッチフレーズ、デザイン、装飾等

## 17. 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

## 18. 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

## 19. 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

## 20. 問い合わせ先

(公社) 北海道観光機構 事業企画本部 マーケティング・DX部  
吉井 n\_yoshii@visithkd.or.jp  
広島 n\_hiroshima@visithkd.or.jp

# 参加表明書

令和8年度 誘客促進強化事業 Web・SNS プロモーション事業  
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

会社名または コンソーシアム名	
コンソーシアムの 場合代表代表企業	
コンソーシアムの 場合構成員名	
部署	
氏名	
TEL	
Email	

送信先

公益社団法人 北海道観光機構

マーケティング・DX部 (担当：吉井・広島)

Email: n\_yoshii@visithkd.or.jp

n\_hiroshima@visithkd.or.jp