

阪神北インバウンド向け Web プロモーション業務 仕様書

兵庫県阪神北地域ツーリズム振興協議会

1 業務名称

阪神北インバウンド向け Web プロモーション業務

2 目的・概要

令和 7 年に開催された大阪・関西万博を契機に、インバウンド（外国人旅行者）の間で大阪及び関西への注目度はますます高まっている。しかし、阪神北地域（伊丹市・宝塚市・川西市・三田市・猪名川町）は近隣大都市の大阪から 20～40 分程度で気軽にアクセスできる地理的優位性があるにも関わらず、未だにインバウンドの入込数が少ないばかりか、知名度もまだまだ低い状況にある。

そこで、兵庫県阪神北地域ツーリズム振興協議会（以下、「協議会」という）ではテーマ記事、旅行記事及び PR 動画等による Web プロモーションを展開することにより、諸外国における阪神北地域の認知度及び来訪意欲を向上させ、地域のインバウンド誘客を促進する。

なお、協議会では令和 10 年（2028 年）11 月 3 日に迎える手塚治虫生誕 100 年を契機とし、マンガの神様・手塚治虫の心のふるさと宝塚市を始め、阪神北地域の各市町と作品のストーリーを関連づけた様々なプロモーションを実施することとしている。本記念事業も当該プロモーションの一環であることを念頭に置いて事業実施すること。

（参考）

<https://www.city.takarazuka.hyogo.jp/1060683/1060708/1051315/1063340.html>

3 委託期間

契約締結の日から令和 9 年 3 月 9 日（月）まで

4 委託料

5, 0 0 0, 0 0 0 円ー以内（消費税及び地方消費税を含む）

5 ターゲット国（業務全般）

台湾、アメリカ、香港、オーストラリア、フランス 等

（令和 7 年度 手塚治虫記念館外国人訪問者数 国別順位）

※ 現時点で宝塚への訪問者数が多いアメリカ市場、漫画文化を「アート」として受け入れる国民的風土があるフランス市場を特に重視すること。

【ターゲットペルソナ】

- ・ 大阪や京都に宿泊しており、定番の大規模観光地とは違う、本質的で知的な新しい観光地を探しているインバウンド。
- ・ 日本の漫画やアニメ文化の表層だけでなく、その真髄や心理的背景（自然への畏敬、生命の尊さなど）を深く理解しようとする知的好奇心の高い層。

6 他事業等の連携

本業務の実施にあたっては、協議会が別途委託して並行稼働している以下の2事業と密接に歩調を合わせ、相乗効果を生み出す効果的なプロモーションを実施すること。

(1) インバウンド向け Web サイト（英語版）のリニューアル事業

第1次公開予定：令和8年11月25日

第2次公開予定：令和9年1月末

(2) 阪神北地域の体験コンテンツ発掘・磨き上げ及び海外体験予約プラットフォーム（Klook 等）への掲載事業

本業務及び連携2事業との並行展開により、「認知・興味喚起→旅行情報の閲覧→体験コンテンツの発見→海外体験予約サイトへの遷移」という一連の誘客導線を構築する。

7 業務内容

手塚治虫を入口に、手塚作品の世界観・思想と阪神北地域の自然、文化、芸術、ものづくり、地域体験等を結び付け、「手塚治虫を知ること、日本の自然・文化・芸術をより深く知りたくなり、その場所として阪神北地域を旅する」というストーリーを構築する。

海外向けにテーマ記事や旅行記事を作成し、Web プロモーションを実施する。

また、協議会が令和7年度に作成した海外向け PR 動画のプロモーションも合わせて行うこととし、記事と動画の相互活用に努めること。

(1) テーマ記事の作成

阪神北地域の魅力をストーリーで伝える「テーマ記事」を英語で作成すること。

手塚作品と地域の観光コンテンツを結び付けたストーリーを盛り込むこととする。

受託者は、手塚治虫作品、手塚治虫の人生・創作活動、宝塚との関係、作品に登場する自然・生物・科学・芸術等のモチーフやテーマを調査し、阪神北地域の観光コンテンツと関連付けることのできる作品・場面・テーマを抽出する。

単に作品名やキャラクターを観光資源に付加するのではなく、「作品・場面→テーマ・手塚治虫の思想→手塚治虫の創作背景→阪神北地域で実際に体験できる場所・コンテンツ」というストーリーを新たに構築すること。

(7) ストーリーのイメージ

ころすけの橋（1978）⇔ 川西市黒川地区・菊炭のクヌギの森散策とお茶体験

かつて日本の暮らしは、調理や暖、茶の湯といった日々の営みを、里山で育てた炭に託してきました。

しかし現代の生活からは、その影はほとんど見えなくなっています。

川西市の黒川地区では、今も「菊炭づくり」が受け継がれています。

茶道に供される菊花の断面を刻む気品の炭を作ること、今へ継承されました。

その製造には、里山の手入れが欠かせません。

炭に適したクヌギを育てるため、木を計画的に伐り、若い木を育て、森に光を入れる。

この営みが、結果として荒れることのない健全な里山を守ってきました。

炭づくりが日本で息づいていた最後の時代が、手塚治虫の短編『ころすけの橋』に描かれています。

裏山で木を伐り、燃やし、また木を植える。

この物語の中で描かれるのは、自然と共に生きる SDGs な暮らしが静かに失われていく姿でした。

しかし、黒川に今も残る菊炭づくりは、物語の中で描かれた暮らしが空想ではなかったことを教えてくれます。

日本の究極の文化と称される茶道が、今でも炭を用いることは、効率とは異なる価値観を私たちに示しています。

※ 協議会作成の他のイメージ案を参考としたい場合は、個別に資料提供を申し込むこと。なお、著作権上の問題があるため、取扱注意及び対外流出不可とする。

(イ) 現在想定している観光コンテンツ（予定、変更可能性あり）

下記 10 コンテンツを含めたテーマ記事を作成すること。

市町	コンテンツ	
伊丹市	ブルワリービレッジ長寿蔵	昆虫館
宝塚市	植木文化（あいあいパーク）	植木文化（陽春園）
川西市	黒川：菊炭の炭小屋見学＋茶道	里山ファーム体験（ブルーベリー）
三田市	三田青磁	しいたけ狩り
猪名川町	苔リウム	想月

閲覧者の関心を高めるため、各テーマの魅力を端的に伝える文章や写真等により作成するものとする。

なお、テーマ記事は、協議会が今年度中に新たに構築する「インバウンド向け Web サイト（英語版）」内で公開する。したがって、Web ページ、特にスマートフォ

ンでの閲覧を念頭に置いて、写真と文字のバランスや内容等を調整すること。

(ウ) テーマについて

協議会において下記4テーマ記事の作成を予定しているため、これらのテーマを前提として提案すること。

- ① Quiet Nature Escapes ② Crafts, Art & Creativity
- ③ Sake, Food & Gifts ④ Historic Trails & Towns

(エ) 記事内容

各記事は、下記の要素で構成すること。

- ・ メインビジュアル
各テーマを最も象徴した魅力的な写真（横長）とする。
- ・ イメージギャラリー
メインビジュアルを補完する形で、テーマを象徴する写真で構成し、テーマの世界観を直感的に伝える。
- ・ リードコピー
セリフ体のコピー及びサブコピーにより構成する。コンテンツの読み手に一度立ち止まってテーマの価値を受け取ってもらう役割を果たす。
- ・ How to Enjoy This Journey
各テーマの楽しみ方を紹介し、旅行者が本地域での過ごし方を具体的に想起できる構成とする。
- ・ Signature Experiences
テーマを構成する具体的な体験・スポットを紹介する。

※ 協議会作成のテーマ記事デザインイメージ案を参考としたい場合は、個別に資料提供を申し込むこと。なお、著作権上の問題があるため、取扱注意とする。

(オ) コンテンツのデザイン

コンテンツはホームページのデザインに合わせて協議会で作成するため、文字情報及び写真の構成のみで構わない。

(カ) 納品期限について

Web サイトの公開時期は令和9年1月末を予定しているため、それまでの適切な時期にコンテンツデータを納品するものとする。（具体的な期限や方法は協議会と受託者の協議により決定する）

(2) 手塚プロダクションとの調整

事業実施に際しては、(株)手塚プロダクション（以下、「手塚P」という）等との調整が発生するため、協議会の指示の下、下記に留意しながら必要に応じて行うこと。

- ・ 本業務の実施にあたり、手塚治虫作品に係る作品名、登場人物名、作品の場面ストーリー・思想、手塚治虫本人の経歴・創作背景、作品画像、図版、ロゴ、映像、音声その他の知的財産に言及又は使用する場合には、手塚P その他権利者との確認・調整・許諾取得等が必要となる場合がある。
- ・ 手塚P 等との実務的な調整は、原則として受託者が行うものとする。受託者は、協議会の方針及び指示に基づき、確認依頼、資料提出、回答整理、修正対応、スケジュール管理その他必要な実務を適切に行うこと。ただし、受託者は、手塚P 等に対して確認依頼又は協議を行う前に、確認内容等を協議会に共有し、協議会の了承を得ること。

また、手塚P 等から回答、指摘、条件提示、修正依頼、許諾可否その他の連絡を受けた場合は、受託者は速やかに協議会へ報告すること。特に、権利使用の可否、使用条件、公開時期、表現内容の大幅な変更等に関わる事項については、協議会の承認を得るまで確定又は実施してはならない。

- ・ 受託者は、手塚P 等との調整状況について、定期的に協議会へ報告すること。報告には、確認依頼日、確認内容、回答状況、指摘事項、修正対応状況、未決事項、今後の対応予定、スケジュール上のリスク等を含めること。
- ・ 電子メール等による調整については、必要に応じて経過が確認できる形で整理し、協議会と共有すること。
- ・ 受託者は、協議会の事前承認なく、手塚治虫作品、キャラクター、図版、ロゴ、映像、音声その他の権利物を使用し、又は使用を前提とした公開、広告配信、投稿、外部提供等を行ってはならない。
- ・ 手塚P 等との調整の結果、当初想定していた表現、素材、構成、掲載方法等の使用が困難となった場合は、受託者は速やかに代替案を作成し、協議会と協議の上、対応すること。

(3) 旅行記事の作成

阪神北地域を「上質で落ち着いた」「自然豊かで癒される」といったイメージでブランディングし、大阪や京都などの大規模観光地ではなく、郊外や多自然地域などの「日本の原風景」を見たいと考えるインバウンドに対して、魅力的な旅行記事を英語で発信し、地域への誘客を促進する。

なお、手塚治虫生誕 100 年に向けて、旅行記事の一部に、手塚作品と地域の観光コンテンツを結び付けたストーリーを盛り込むこととする。（「(1)テーマ記事の作成」を参照のこと）事業実施に際しては、手塚P の調整が発生するため、協議会の指示の下、必要に応じて行うこと。

(7) 概要

5 ターゲット国（※）を対象とし、効果的に当該市場に阪神北地域の魅力的な観光情報を訴求させるために、市場の特性を踏まえて、新規に英語記事を5本以上作成すること。

※ 記事を掲載するインバウンド向け Web サイト（英語版）（「(ウ) 記事の公開について」参照）にはフランス語及び簡体字への自動翻訳を導入予定であることから、英語圏以外も対象としている。

(イ) 補足事項

- ・ 記事については、原則として取材を基に作成すること。取材先は、協議会と受託者の協議により決定するものとする。
- ・ 各記事は、阪神北地域のブランドイメージの構築と発信を図るため、地域内で撮影した写真と記事により構成されるものとする。ただし、必要に応じて協議会から写真等を提供する場合がある。

なお、記事テーマの方向性については、「(5)(ア)動画の活用」におけるインバウンド向け PR 動画の内容も参照しつつ、提案すること。その際、大阪・京都から少し足を延ばして日帰り、もしくは一泊で気軽に訪れることができる地域の地理的優位性に重点を置くこと。
- ・ 記事に使用する写真は、一定の技術レベルを確保しつつ当該市場国からインバウンドに訴求する、阪神北地域の魅力をリアルに伝えることのできるものとする。
- ・ 作成する記事の文章量は、現在の協議会 HP に掲載されている記事と同程度以上のボリュームとすること。（イメージ：<https://visithanshin.jp/enews/2844/>）
- ・ 各記事は、市町単独あるいは複数の市町にまたがった内容のいずれでも可能とする。ただし、阪神北地域の4市1町について、最低1回はいずれかの記事に登場するよう、バランスを考慮すること。
- ・ 記事の作成にあたっては、ターゲット国における記事作成実績を有するライターを起用し、英語を母語とする編集者の編集・監修のもと、当該市場の読者の共感と呼ぶことができる内容とすること。
- ・ 記事を作成する際には AI 対応を含めた SEO 対策の観点を取り入れ、記事中に使用するキーワード等にも留意し、良好な検索順位・表示につながると期待できる内容にすること。
- ・ 観光地、観光関連施設等へのアポイントメント、掲載許諾等は、全て受託者の責任において行うこと。
- ・ 記事の校正については、1回とする。
- ・ 記事の作成、公開にあたって必要となる交通費、宿泊費、通信費、パソコンや通信機器、カメラ、ソフトウェア等の手配に係る経費は、全て当初の契約金額に含むものとする。

(ウ) 記事の公開について

協議会が今年度中に新たに構築する「インバウンド向け Web サイト（英語版）」内で公開する。したがって、Web ページ、特にスマートフォンでの閲覧を念頭に置いて写真と文字のバランスや内容等を調整すること。

なお、公開時期は令和 9 年 1 月末を予定しているため、それまでに記事データを先行で納品するものとする。（具体的な期限や方法は協議会と受託者の協議により決定する）

(4) 写真の撮影、納品

受託者においてプロカメラマンを手配のうえ、掲載に必要な写真素材を撮影すること。また、施設の外観・内観に加え、受託者において外国人を起用し、体験コンテンツの魅力が伝わる外国人が体験中の写真を撮影すること。なお、撮影した写真は海外向け OTA、ウェブサイト、SNS その他の広報媒体で活用可能な品質・仕様とすること。納品枚数や詳細の仕様については、提案を行うこと。

(5) 海外 WEB プロモーション

テーマ記事、旅行記事及び PR 動画を多くの人に閲覧してもらえるよう、プロモーションを実施する。内容は提案によることとするが、下記は必ず行うものとする。

◆ 協議会 Instagram を活用したプロモーション

- ー 旅行記事の世界観を表現した Instagram 記事を作成し、投稿すること。

なお、協議会では、英語 (https://www.instagram.com/visithanshin_en/) 及び繁体字 (https://www.instagram.com/visithanshin_tc/?hl=ja) の 2 アカウントを運営している。

1 つのテーマ記事、旅行記事につき、各言語少なくとも 1 つの Instagram 投稿（フィード又はリール）を行うものとする。また、広告配信やストーリーズなどを活用しながら、「インバウンド向け Web サイト（英語版）」への誘導を図ること。

(7) PR 動画の活用

テーマ記事、旅行記事及び協議会が令和 7 年度に作成したインバウンド向け PR 動画も併せて使用して、YouTube 広告や SNS 広告等を活用した動画配信を行うこと。

※ PR 動画：配信対象となる動画は、協議会の YouTube 及び Instagram で公開している 4 種類計 7 動画である。

(YouTube) https://www.youtube.com/@VISIT_HANSHIN

(Instagram) https://www.instagram.com/visithanshin_en/?hl=ja

(参考)

動画再生回数 (R8.8.6 現在)

媒体	タイトル・内容	長さ	公開日	再生回数	
	①ART & NATURE ESCAPE	約30秒	R8.1.30	30.0万回	
	②GIFT OF SATOYAMA			27.4万回	
	③全体版 (①+②ショートver.)	2分37秒		3.0万回	
	④全体版 (①+②ロングver.)			13.4万回	
	①ART & NATURE ESCAPE	約30秒	R8.2.4	12.1万回	
	②GIFT OF SATOYAMA		R8.2.4	17.2万回	
	③全体版 (①+②ショートver.)		R8.1.30	6.9万回	
合計				110.0万回	

(イ) 配信方法

下記の協議会アカウントを用いた広告配信等を想定しているが、事業者が海外向けに発信力のあるメディア（オフライン／オンラインを問わない）を管理している場合など、話題性・拡散性に繋がるその他のプロモーション手法がある場合は必要に応じて提案すること。ただし、Webを活用した取り組みを最低1つは実施するものとする。

動画広告及び広告管理等にかかる費用は特に定めないが、業務全体のバランスを考慮しながら、効率的かつ効果的な手法により計画性を持って配信すること。

(アカウント)

協議会では上記 YouTube、Instagram 及び Facebook (※) を運用している。

なお、配信国によって各媒体の利用実態が異なることを踏まえ、適切な使い分けを提案すること。

※ <https://www.facebook.com/visithanshin.en>

(ターゲット層)

「5 ターゲット国」を参照のこと。

(6) 成果指標 (KPI) の提案

本事業の成果指標として、目標値を提案すること。

なお、必須の KPI は下記のとおりとする。

- ・テーマ記事閲覧数
- ・旅行記事閲覧数
- ・Instagram フォロワー増加数

本業務で実施したプロモーションの効果（閲覧者の属性（年齢、出身国等）や広告の表示回数等）について分析を行い、協議会にレポートを提出すること。

また、レポートの結果を踏まえて、今後の阪神北地域のインバウンド誘客事業に関する提案を行うこと。

(7) その他

(1)～(6)以外に、委託料の範囲内で阪神北地域のインバウンド誘客に資する魅力的なプロモーション（オフライン／オンラインを問わない）の実施が可能である場合には、追加提案すること。

8 成果物

以下に示す成果物を電子データで納品すること。

(1) 実績報告書

なお、実績報告書には下記内容を含めること。

- ・業務概要（業務名、目的、業務期間等）
- ・業務実施結果・成果
- ・総括並びに協議会の今後のインバウンド誘客に係る提言

(2) テーマ記事及び旅行記事の文字データ及び使用している画像データ一式

9 納品

(1) 納品場所

兵庫県阪神北地域ツーリズム振興協議会事務局（兵庫県阪神北県民局県民躍動室地域振興課内）－兵庫県宝塚市旭町 2-4-15

(2) 納期

令和9年3月9日（月）17時

ただし、「(1)テーマ記事の作成」及び「(3)旅行記事の作成」については、各項に記載する期限までに納品すること。

10 再委託

- (1) 受託者は、業務の全部又は総合的な企画及び判断並びに業務遂行管理部分を一括して第三者に委任し、又は請け負わせてはならない。
- (2) 受託者は、委託事務の一部を第三者に委任し、又は請け負わせ（以下「再委託等」という。）てはならない。ただし、あらかじめ再委託等の相手方の住所、氏名及び再委託等を行う業務の範囲等（以下「再委託等に関する事項」という。）を記載した再委託の必要性がわかる書面を委託者に提出し、承認を得た場合は、承認した範囲の業務を第三者（以下「承認を得た第三者」という。）再委託等することができる。
- (3) 委託者が承認した場合には、承認を得た第三者も、前項の義務を負うものとし、受託者は、当該第三者に前項の義務を遵守させるために必要な措置をとらなければならない。その後に承認を得た第三者についても、同様とする。
- (4) 受託者は、業務の一部を再委託等先から、さらに第三者に再委託等させる場合（3次委託等）には、委託者に対し、当該第三者の再委託等に関する事項を記載した書面を提出し、委託者の書面による承認を受けなければならない。なお、4次委託等以降も同様とする。
- (5) 再委託等する相手方の変更等を行おうとする場合には、受託者は、改めて再委託等に関する事項が記載された書面を提出し、委託者の承認を受けなければならない。
- (6) 受託者は、業務の一部を再委託等する場合には、再委託等した業務に伴う承認を得た第三者の行為について、委託者に対し全ての責任を負うものとする。

11 業務実施上の留意点

(1) 契約の締結

ア 受託者は、委託者と業務の実施方法や内容等について協議し、調整を行う。この協議・調整において、委託者と受託者双方で確認のうえ、業務の内容等を修正し、又は変更することがある。

イ 本業務の遂行に必要な一切の経費は、委託料に含むものとする。

(2) 業務の履行に関する措置

業務の履行にあたり、委託者の指示に従うとともに、委託者と密に連絡調整、協議し、適切なスケジュール管理を行わなければならない。

また、業務の実施にあたり適用を受ける法令、規定、基準、指針等については、これを遵守しなければならない。

(3) 納品データの安全管理

編集データについては、情報漏洩や滅失、毀損の防止、その他適正な管理のために必要な情報の管理、運営措置を講じなければならない。

また、電子媒体によるデータ納品については、ウイルス対策ソフトにより検査した上で納品すること。納品物が納品時点でウイルス感染していることにより、委託者又は第三者が損害を受けた場合は、全て受託者の責任と負担により、原状回復及びその他賠償等について対応すること。

(4) 機密の保持

受託者は本業務を通じて知り得た情報を契約以外の目的に利用し、第三者に提供してはならない。

また、本業務を通じて知り得た情報の漏洩、滅失、毀損の防止、その他適正な管理のために必要な措置を講じなければならない。契約終了後もまた同様とする。

(5) 個人情報の保護

受託者は、個人情報の保護に関連する法律及び個人情報の保護に関する条例等に従い、個人情報を適切に扱わなければならない。

また、本業務により収集した個人情報等の取り扱いについては、受託者側で一切の責任を負うこと。

(6) 著作権・肖像権等

ア 成果品が他者の所有権、著作権、肖像権を侵害しないようにすること。

イ 完成したウェブサイト、中間生成物等（以下「成果品」という。）についての所有権並びに著作権法（以下「法」という。）上の一切の権利（法第 27 条及び法第 28 条を含む）は、受託者や手塚 P が従前権利を有していたものを除き、委託者に帰属するものとし、受託者及び受託者から中間生成物を作成した者は、本業務に関する事項に関して法第 17 条に規定する著作権者人格権を無期限に行使しないものとする。

ウ 前号に掲げる著作権の帰属設定及び著作権者人格権不行使に係る一切の費用は委託料に含まれるものとする。

(7) 業務完了後の瑕疵

業務完了後に、受託者の責任に帰すべき理由による成果品の不良箇所があった場合は、受託者は速やかに必要な訂正、補足等の措置を行うものとし、これに対する経費は受託者の負担とする。

(8) 成果品の利用（二次利用）

委託者は本業務の成果品等を期間の制限なく無償で、自ら利用するために必要な範囲内において、あらゆる媒体、手段・方法により公開するとともに、編集・改変を行うことができるものとする。

(9) その他

- ・ 受託者は、本業務の実施上疑義の生じた事項又は仕様書に定めのないことについて、委託者と協議の上、誠意をもって処理すること。
- ・ また、協議会及び受託者は、契約締結後に仕様書の内容を変更する必要があると判断した場合は、両者協議の上変更することができる。
- ・ 受託者は、委託者へ操作方法等のレクチャー・引継ぎを行い、必要に応じて更新等の運用支援を行うこと。

12 問い合わせ先

兵庫県阪神北地域ツーリズム振興協議会事務局

〒665-8567 兵庫県宝塚市旭町2-4-15

兵庫県宝塚総合庁舎2階 阪神北県民局県民躍動室地域振興課内

電話：(0797) 83-3156、FAX (0797) 86-4379

メール：Hiroaki_Morikawa01@pref.hyogo.lg.jp hanshinkkem@pref.hyogo.lg.jp

(必ず両アドレスに送付すること)

以上