

企画提案仕様書

1. 業務名

「もうひとつの京都」デジタルマーケティングキャンペーン・共通データベース基盤構築業務委託

2. 業務の目的

京都府では、「海の京都」「森の京都」「お茶の京都」の3つのエリア（これら3つのエリアについて以下「全エリア」と総称する。）に分け、一般社団法人 京都府北部地域連携都市圏振興社（以下「海DMO」という。）、一般社団法人 森の京都地域振興社（以下「森DMO」という。）及び一般社団法人 京都山城地域振興社（以下「お茶DMO」という。）（これら3団体について以下「全団体」と総称する。）を中心に、「もうひとつの京都」として広域観光プロジェクトを進めるなど各エリアの広域観光振興と観光地域づくりに取り組んでいる。

世界的に感染が拡大している新型コロナウイルス（COVID-19）は、人々の生活スタイルを変貌させ、特にこれまで以上にインターネットに接する時間と人が多くなったと言われている。さらにコロナ収束後は、人々の旅行スタイルが変容する可能性もあるため、インターネットを通じたデジタルプロモーションは、ますます重要性を持つと言われている。

WITHコロナ・POSTコロナ時代の旅行様式を想定して、その中でも各エリアへの来訪者をさらに取り込むため、顧客管理・CRM（Customer Relation Management）システム（以下「CRMシステム」という。）を導入し、各エリアで実施する「もうひとつの京都」誘客キャンペーン（以下「誘客キャンペーン」という。）や誘客施策と連動した一体的な顧客データ収集を図ることで、共通顧客データベースを活用したデジタルマーケティング運用手法を取り入れるとともに、ターゲットに向けた効果的なデジタルプロモーションを展開できるPDCAサイクルを回す仕組みを構築し、持続可能な観光消費の増大を図ることを本事業の目的とする。

3. 業務期間

契約締結日から令和3年3月12日（金）

4. 業務内容

全エリア内の飲食店や宿泊施設、体験事業者等（以下「観光事業者等」という。）と一体的なキャンペーンを実施するに当たり、①誘客キャンペーン企画・運営業務 ②電子クーポン発行システム（以下、「電子クーポン等」という。）の企画・開発、③誘客キャンペーンPR、④観光事業者等対応（募集等）、⑤利用者対応（問合せ対応等）、⑥Webアンケートシステム導入業務、⑦CRMシステム導入業務、⑧次期キャンペーン戦略データ分析業務を包括的に実施できる企画提案を行うこと。

(1) 「もうひとつの京都」誘客キャンペーンの企画・業務について提案すること

「もうひとつの京都」各エリアにおいて、本業務で導入するCRMシステムを活用した誘客キャンペー

ンを実施し、観光客の顧客データの収集、蓄積を図ること。誘客キャンペーンの実施においては、以下の項目の内容を踏まえ、全団体と協議のうえ、具体的で実現可能な広報戦略を立案すること。

① 誘客キャンペーン実施期間

- ・令和3年1月4日（月）から令和3年2月28日（日）までの2か月間程度とすること。

② 参加観光事業者等

- ・全団体それぞれに公募のうえ選定を行い、50～100軒程度設定すること。
- ・観光事業者等からの誘客キャンペーンへの「参加費用」の徴収に関しては、金額の設定を含め、提案により実施できるものとする。

③ 誘客キャンペーンに使用する電子クーポン等システム

- ・電子クーポン等で使用するモバイル端末は、参加者個人が所有するものとし、システムには次に掲げる機能を備えること。

ア 可能な限り多くのモバイル端末機種に対応可能なシステムとすること。

イ 参加者が自らの意思で簡易に必要な情報を送信することにより、誘客キャンペーンに参加できること。

ウ 電子クーポン等の獲得方法は、QRコード等を活用し、参加者が分かりやすく、便利な方法とすること。

エ 参加者が利用できる電子クーポン等は、各観光事業者等1か所につき1パターンとすること。

オ 誘客キャンペーン参加時のユーザー登録は、個人を特定できる情報（住所、氏名、電話番号等、以下「個人情報」という。）及びデモグラフィック情報を収集すること。また、その旨をユーザー登録時点において参加者が確認できるようにすること。

④ 全団体Webサイト（誘客キャンペーン特設Webサイトを含む。）との連携

- ・全団体Webサイト及び同ネット内に構築される誘客キャンペーン特設Webサイトにおいて、誘客キャンペーンの実施方法をはじめとするその内容の紹介などを行うこととしているので、同ネット等を管理している事業者に対し、誘客キャンペーンの情報を提供したりするなど、同ネット等との連携を図るようにすること。

⑤ 観光事業者等の紹介記事の作成等

- ・参加する観光事業者等については、公募の際に提出させた紹介文や取材に基づき、紹介記事を作成すること。
- ・作成した紹介記事については、誘客キャンペーン参加者がモバイル端末等で閲覧できるようにすること。

⑥ 備品の準備・設置

- ・誘客キャンペーンの実施に必要な備品（提案内容に応じ、QRコードを印刷したPOP、紙媒体チラシ等）を準備し、観光事業者等に手配をすること。

⑦ 誘客キャンペーンの実施に係るマニュアルの作成・配布

- ・観光事業者等向けの「誘客キャンペーン実施マニュアル」を作成し、観光事業者等に配布・説明すること。

- ・ 観光事業者等からの上記マニュアルの内容についての質問等に対応すること。

(2) 誘客キャンペーンにおいて観光事業者等で利用できる電子クーポン等の企画・開発を提案すること。

- ① 電子クーポン等の制度設計、開発に当たっては、参加者に使いやすいインターフェース等を有すること。
- ② 電子クーポン等の運用に当たっては、OS、ブラウザ等のバージョンアップに対応すること。
- ③ 電子クーポン等の取得は、GPS機能やQRコード機能等を活用し、参加者が分かりやすく、便利な方法とすること。
- ④ 電子クーポン等の運用開始は、誘客キャンペーンの開始時期に合わせるものとし、この期日に合わせ一般公開すること。
- ⑤ 電子クーポン等の換金作業に必要な機能を付加すること。
- ⑥ 本誘客キャンペーン終了後も継続的に利用できるシステムとすること。

(3) 顧客データ等収集するためのWebアンケートフォームシステムを提案すること。

- ① 電子クーポン等を活用し、全エリアへの来訪者（宿泊者・日帰り者・外国人など属性を別途設定し、企画提案を行うこと。）向けに個人情報や観光消費額、満足度、リピーター率等を把握する通年を通じたデータ収集の実施に向け、実施・回収・分析等段階における効率化のためのQRコードを活用するデジタル化やスマートフォンなどICTを活用したWebアンケートフォームシステムを提案すること。
- ② 全団体ホームページ（【海の京都】<https://www.uminokyoto.jp/> 【森の京都】<https://morinokyoto.jp/> 【お茶の京都】<https://ochanokyoto.jp/>）ごとにWebアンケートフォームシステムを活用し、デジタルマーケティングに活用できる個人を特定できる情報（住所、氏名、電話番号等）（以下「個人情報」という。）を含む来訪者データをそれぞれに収集できるようにすること。
- ③ 個人情報の収集については、その旨を適切なタイミングで参加者が確認できるよう、個人情報の取扱いに係る京都府個人情報保護条例（平成8年京都府条例第1号。以下「条例」という。）に基づき、全団体共通のプライバシーポリシーを策定すること。
- ④ ホームページ等への調査コンテンツ追加など、随時機能拡充を図れるようにし、データ収集の多言語化（英・中・仏）を図る機能も併せて提案することとする。また、データ収集に係る項目設定の視点については、観光庁や京都府が実施する関連統計調査との比較分析を可能なものとする。
- ⑤ 電子クーポン等利用者に対して、当該事業の効果検証や次期プロモーションの戦略策定に有効なアンケート調査を実施し、分析を行える機能を付加すること。
- ⑥ 分析結果を含む誘客キャンペーン等のレポートを行うため、分析結果等を数値、グラフ等を活用し表すカスタムダッシュボードを構築し、解析したデータの視覚化作業を行える機能

を付加すること。

- ⑦ カスタムダッシュボードは、全団体の職員が簡便な操作でレポートの確認・出力 (PDF、Excel等) できるようにすること。
- ⑧ カスタムダッシュボードについては、個人情報を取り扱わない仕様とし、個人情報に該当しないデータのみカスタムダッシュボード上表示するように設計すること。

(4) 顧客データベース管理が可能なCRMシステムを提案すること

デジタルマーケティングの基盤となる顧客データベースCRMシステムを導入するとともに、Webアンケート収集データの取り込みや顧客データベースは全団体がそれぞれ管理・運営できる仕組みを提案すること。

- ① Webアンケートフォームシステムを活用し収集した顧客データベースを適切に管理するとともに、デジタルマーケティングに活用できるよう、下記のデータ解析を最低限想定し、CRMシステムの提案すること。

ア 収集した顧客データの解析と分析業務

イ 全団体の収集情報をもとにしたユーザーセグメンテーション業務

ウ 全団体のWebサイトに対する SEO 対策や各種ディレクション業務

エ 旅行者データ解析 分析

オ デモグラフィック情報、行動履歴、興味関心レベルまでデータ解析を実行しユーザーセグメントモデルの構築

カ データの解析対象は少なくとも下記タグ情報を含むものとする。

- ・ 位置情報 国、都道府県
- ・ デモグラフィック情報 性別、年齢、出身国、収入レベル、端末言語設定
- ・ 行動履歴 興味のある広告カテゴリ、使用 OS 、広告フォーマットの嗜好性、RFM レベル、旅行頻度や渡航履歴
- ・ 必要に応じてユーザーの他のデータの取り込みも可能とする。

② CRMシステムの導入・運用については、費用対効果を比較検討したうえでセキュアなクラウドサービスを利用するなど、本業務実施後の継続性を確保したものと提案を行うこと。

③ 収集したデータ (個人情報含む) は各団体の管理画面で管理できるようにすること。

④ 収集したデータは、各団体サーバ (以下「サーバ」という。) 内に格納し、漏洩防止策を厳重に講じ、適切に管理すること。

⑤ CRMシステムへのアクセス及びデータベース利用については、2段階認証 (パスワード、指紋認証、ICカード等) を要求し、担当者以外がアクセスできないものとし、機密性を保てる仕組みとすること。

⑥ 個人情報に該当する顧客データ領域への各団体間の相互アクセスは不可とする仕組みを提案すること。

⑦ アンケート結果と顧客データベースの紐付けを行い、本件業務によって収集したデータの効果

検証、分析において活用できるよう、Webアンケートシステムとの連動性を担保すること。

- ⑧ 個人情報の管理については、個人情報の取扱いに係る「条例」に基づき、全団体共通のセキュリティポリシーを策定すること。
- ⑨ 収集した顧客データは、CRM システム・データベースに移った時点で破棄し、収集した顧客データの複製を防止する仕組みとすること。
- ⑩ 顧客データは CRM システム内のみでの管理とし、顧客データを複製できない仕組みとし、登録顧客から削除依頼があれば速やかに対応できる仕組みであること。
- ⑪ 将来的な運用の多様化を見据え、関連 Web サイトとの接続等の拡張性を持たせること。
- ⑫ 顧客データの廃棄方法については、明確なレギュレーションを示すこと。

(5) 保守・管理業務

格納するサーバ環境等については、各団体の現行サイトとの連動性やサーバ環境等状況を踏まえ、CRMシステム導入の初期経費及び保守・管理経費が低く抑えられる最適な環境を提案すること。

また、令和3年度以降5年間の保守・管理に係る経費とその内訳を示すこと。顧客データ量に応じて管理経費が変わる場合、その旨も必ず明記すること。

なお、令和3年度以降の保守・管理業務について、契約を保証するものではない。

5. 個人情報の取扱いについて

本提案に係る個人情報の取扱いについては、「条例」及びプライバシーポリシーを遵守した提案とすること。

6. 契約締結後の留意事項

受託者が成果品（案）を提出した後、発注者が修正意見等を付した場合は受託者による修正等の完了を以って成果品の納入とする。なお、この修正等に要する費用は受託者の負担とする。

7. その他

- (1) 本仕様書は、業務の大綱を示すものであり、業務内容の詳細については、プロポーザル方式により選定された事業者と協議により仕様書を作成し決定する。
- (2) 受託者は、全団体の関係者から業務の遂行状況について報告を求められた場合、遅滞なく報告すること。
- (3) 受託者は、この業務により知ることのできた個人情報及び機密情報を他に漏らしてはならない。この業務が終了し、又は契約を解除された後においても、同様とする。
- (4) 業務に係る全ての成果品の著作権（著作権法第 27 条・第 28 条に規定する権利を含む）は委託者に帰属するものとし、受託者は当該成果品に関する著作権者人格権を将来にわたって行使しないこと。また、受託者は本業務に関与した者について著作権を主張せず、著作権者人格権についても行使させないこと。

- (5) 委託業務の履行に際し、他の者が著作権等の権利を有するものを使用し、問題が生じたときは、委託者に不利益が生じないよう受託者の責任においてこれを処理するものとする。
- (6) 本業務において受託者は再委託先に対して全ての成果物の著作権（著作権法第 27 条・第 28 条に規定する権利を含む）の譲渡を事前に受けるものとする。また、再委託先が成果物の著作
者人格権を行使しない旨を書面にて確認すること。
- (7) 本仕様書に定めのない事項については、委託者と協議するものとする。