

令和8年度 欧米豪市場におけるメディアレップ業務公募型プロポーザル提案説明書

1 業務名

欧米豪市場におけるメディアレップ業務

2 業務の背景及び目的

札幌市国際観光誘致事業実行委員会では、札幌における観光消費額の増加や市場分散を図るとともに、高付加価値旅行者の誘客を目指し、欧米豪市場に向けたプロモーションを進めている。

しかし、「DBJ・JTBF アジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査 2025 年度版」によると、札幌の認知度は米国 11%・豪州 21%・英国 12%と示されているように、欧米豪市場では、ゴールドenルートの地域に比べ、札幌の認知は十分に進んでおらず、認知向上が課題となっている。

そこで本事業では、米国・豪州・英国の現地メディアレップ*を通じて、現地メディアや一般消費者に対し、札幌・北海道の魅力を発信し、ブランディングを図ること、札幌・北海道への高付加価値旅行者の誘客を目指す。

* 海外現地に拠点を置き、海外現地のメディア等と強いコネクションを有し、ディステイネーションの観光地としての魅力発信やプロモーションを担う PR エージェンシー等を指す。

3 業務委託期間

業務委託期間は、契約締結日から令和9年3月31日（水）までの間の所定の日とする。ただし、所定の日は事業の内容に応じ委託者が定める。

4 予算規模

本業務の上限は 25,000 千円（消費税及び地方消費税を含む）とする。

5 業務の内容

(1) 対象市場

米国、豪州、英国

(2) ターゲット

ターゲットは①及び②とする。

①モダンラグジュアリー層*

②セレクトィブラグジュアリー層**

* 若い世代を中心に拡大を続けている高価なものより文化、本物、体験といったものに対して価値を見出す富裕層

** 旅行の全ての要素を高付加価値にするのではなく、自分のこだわりポイントに絞ってラグジュアリーなサービスを求める富裕層

上記ターゲットの設定は、R6 年度に実行委員会が実施した「[欧米豪市場におけるマーケティング業務](#)」の結果に基づき設定。

(3) 活動期間

令和8年6月～令和9年2月（9カ月間）

(4) 基本事項

市場毎に、海外現地での活動を担う現地メディアレップを選定し、当該事業の目的を踏まえ、5(5)～(7)のプロモーションを効果的に実施すること。

また、実行委員会では下記のブランディングコンセプト（※）によりブランドイメージの確立を目指していることから、事業実施にあたっては、ブランドイメージを損なわないよう留意すること。

※ Sapporo, North Capital Backed by Nature

(通年の一般の観光促進に向けたブランディングコンセプト)

札幌は日本の北にある大都市でありながら、常に自然と隣り合わせにある街である。札幌は北海道内にある大自然のアドベンチャーの本場に向かうための起点として機能しているだけでなく、札幌の街中、アートシーン、文化、食をとっても、その中に自然との近さを感じることができ、自然と都市が融合した札幌ならではの楽しみを提供する。

※ Powder in the City, SNOW resort city SAPPORO

(冬季のスキー観光促進に特化したブランディングコンセプト)

札幌は大都市に滞在しながらも、本格的な雪体験ができるという他に類を見ない街である。大都市にパウダースノーが降り積もる「雪の街の魅力」と「国際都市観光の魅力」が融合した都市型スノーリゾートとしての楽しみを提供する。

(5) 現地メディアへのセールスコール及びニュースレターの作成・配信

現地メディアでのパブリシティの獲得に向け、現地メディアレップを通じ、現地メディアに対してのセールス及びニュースレターの作成・配信を実施すること。

ア 現地メディアへのセールスコール

① セールス先メディア

現地メディアレップがセールスを行う有力メディア各市場 30 社以上に対し、セールスコールを実施すること。なお、対象メディアは各市場のターゲット層に訴求力が強く、かつ他メディアへも波及力のあるメディアを選定すること。

② セールス内容

現地メディアへのセールスにおいては、札幌の都市観光・食・イベント・雪・文化芸術・自然・温泉といったコンテンツの魅力を、現地のメディアに効果的に伝えること。

なお、訴求内容には「[欧米豪市場におけるマーケティング業務](#)」の結果を踏まえた切り口のコンテンツを含めることとし、札幌の魅力を効果的に伝えるために道内の他地域の紹介を含めることも可能とする。また、内容については札幌・北海道の情報に精通した者が監修し、委託者と協議の上決定すること。

③ セールス活動

セールスは現地メディアでの露出獲得に向け、現地メディアレップのノウハウを生かして効果的に実施すること。

また、ターゲット層への訴求力が高く、メディア露出が期待できる現地有力メディアに対しては、委託者に相談の上、「欧米等メディア取材支援制度※」の紹介を行うとともに、メディアの取材希望内容をヒアリングし、当該メディアと委託者との調整・通訳・翻訳等、取材を円滑に進めるためのサポートを行うこと。

※ 欧米等メディア取材支援制度は[こちら](#)

イ ニュースレターの作成・配信

現地のメディア等に対し、活動期間中6回以上ニュースレターを活用したプレスリリースを行うこと。

また、プレスリリースでの訴求内容の考え方は、5(5)ア②に記載のものと同様とする。

ウ メディアクリッピング

上記5(5)ア・イの実施による成果をメディアクリッピングすること。

(6) 現地旅行会社へのセールスコール

委託者が実施する海外現地出張（米国・英国・豪州で各1回を想定）の時期に合せ、現地旅行会社へのセールスコールの企画・手配し、実施すること。また、セールスコールの実施に係る車両・通訳者（日本語⇄英語）・同行者（現地旅行業界や北海道観光に精通した人物）を手配すること。なお、セールスコール先は各国3～4社、委託者からの参加者は最大4名とし、セールスコール実施日数は各国1日程度を想定している。

また、セールスコール先の選定にあたっては、現地 JNTO 及び北海道観光機構 現地 レップからの意見を聴取した上で、シリーズツアーの造成に繋がることが見込まれる旅行会社・役職等を選定すること。

(7) 独自提案

現地メディアレップの現地メディア・事業者・団体等とのコネクションを生かし、本事業の効果をより高めるためのプロモーションを企画し、実施すること。

なお、プロモーションは下記ア～ウの観点のうち、1つ以上の要素を含むものとする。

ア 札幌のブランド価値向上に質する取組

（例）現地ブランドとコラボレーションしたイベントやプロモーション 等

イ メディアでの露出拡大に質する取組

（例）現地メディアやインフルエンサーと連携したイベントやプロモーション 等

ウ 高付加価値旅行者をターゲットとした BtoC の取組

（例）富裕層向けカード会員に向けたイベントやプロモーション 等

(8) その他

ア 各市場の現地 JNTO 事務所や北海道観光機構の現地レップと定期的に情報交換を行い、委託者にも適宜情報共有を図るとともに、各種事業を効果的に進めるために必要な連携を図ること。

イ 当該業務の実施にあたり、自らの責任において、事業に賛同する関連自治体・DMO・民間事業者から協賛を募り、事業を拡大することができるものとする。ただし、その場合の事業費の拡大部分は委託者との契約額に含めないものとする。

ウ 札幌・北海道の観光に関する最新情報等を収集の上、取り組むこと。

エ 現地メディアから取材依頼があった場合、委託者と相談して可否及び対応内容を決定するとともに、日本側との調整・通訳・翻訳等、取材を円滑に進めるためのサポートを行うこと。

- オ 本事業におけるプロモーションの訴求力が高く、効果的であることを示すため、適切な複数の定量的指標を設定すること。なお、指標については、活動指標（アウトプット）だけでなく、成果指標（アウトカム）も設定することとし、現地メディアへのセールス及びプレスリリースの成果指標には、メディアへの記事掲載本数・掲載された媒体のリーチ数・広告換算額を必ず含むものとする。
- カ 本業務における一切の成果物（コンセプト、デザイン、画像、映像、印刷物、報告書等）は、委託者がプロモーションを目的とした範囲において、無償で二次利用や次年度以降のプロモーションに継続使用ができるように調整を行うこと。

(9) 報告

ア 随時報告

5(1)~(8)の活動状況について、オンラインで報告会を開催し、下記の期日までに報告を行うこと。

なお、下記の報告会のうち、各国2回以上は現地メディアレップが参加すること。

1回目…2026年8月31日（月）まで

2回目…2026年11月30日（月）まで

3回目…2027年1月15日（金）まで

イ 最終報告

業務終了時に、本事業実施による活動内容・結果・成果を取りまとめ、報告書にまとめて提出すること。なお、この結果は公表することがある。

また、本年度事業の実施結果を踏まえて、次年度の事業の提案を行うこと。

6 企画提案を求める事項

以下の(1)~(7)について企画提案書を作成するものとする。なお、提案にあたっては、統計情報や各種調査レポート、自社の業務実績など、できる限り客観的なデータを用いた説明に努めるものとする。

(1) 実施方針

本事業の目標達成に向け、本事業の対象国及びターゲットを踏まえ、各国の現地メディアの傾向や訪日・来道・来札動向を分析し、本事業における基本的な考え方、企画の特徴等を示すこと。また、現地メディアレップの活動都市又は地域とその理由を示すこと。

(2) 現地メディアへのセールスコール及びニュースレターの作成・配信

現地メディアレップによる現地メディアへのセールスコール及びニュースレターの配信について、下記を具体的に示すこと。

ア 現地メディアへのセールス・ニュースレターの配信に係る方針、及び年間計画を示すこと。なお、年間計画には、現地メディアへのセールス及びニュースレター実施の時期、セールス・配信内容のテーマ等を示すこと。また、各月の現地メディアへのセールス・ニュースレターの内容の決定に係るプロセスを示すこと。

- イ 活動期間初月※に実施する現地メディアへのセールス・ニュースレターの内容を具体的に示すこと。
※現地メディアへのセールスは2026年7月分、プレスリリースは活動期間中初めて行う月を指す。
- ウ セールス先メディア
セールス先メディア一覧（市場ごとに主要な候補 20 社程度）及び、選定に至った理由（メディアの特徴や強み、読者層、発行部数・PV 数、他媒体への影響力等）を具体的かつ簡潔に示すこと。
- エ ニュースレター配信先メディア等
配信先のメディア等の一覧及び特徴を簡潔に示すこと。
- オ 現地メディアへのセールス及びニュースレター配信の回数を示すこと。また、現地メディアへのパブリシティを獲得に向けた、現地メディアへのセールス及びニュースレターの配信における工夫点を示すこと。

(3) 現地旅行会社へのセールスコール

現地セールスコールの実施体制、セールス内容、セールスコールを実施する旅行会社候補（市場ごとに主要な候補 10 社程度）を示すこと。また、旅行会社及び役職等の選定に係る考え方を示すこと。

(4) 独自提案

連携するメディア又は事業者又は団体の名称、プロモーションの具体的な手法・対象者・実施時期・PR する内容等をプロモーションの全体像が明らかになるよう示すこと。また、当該プロモーションを提案した理由及び本事業の目的達成に向けて実施する意義を示すこと。

(5) 効果測定

ア 当該事業の有効性を測る事業指標及び成果指標を設定し、それぞれの設定目標を示すこと。

※本業務と連携して実施する他自治体・民間事業者のプロモーションなどがある場合はその事業の成果についても情報を得られるよう可能な限り調整を行うこと。なおその成果は5(9)のとおり公表する場合がある。

イ 当該事業指標及び成果指標の具体的な測定方法、測定時期を示すこと。

ウ 当該事業に基づく波及効果の測定について提案がある場合は、波及効果の内容（指標）、測定方法、測定時期及び目標についても示すこと。

(6) 実施体制

ア 業務体制（人員体制を含む。但し、必ずしも氏名を明示する必要はない。）並びに業務の総括責任者及び各パートの責任者の役職及び実績を示すこと。

イ 提案者及び業務体制を構成する事業者の会社概要並びにこれまでの類似業務の実施実績を示すこと。（特に、現地メディアレップについては、会社名、活動地域、強みや特徴、他自治体等で行ったメディアレップの実績等があれば具体的に示すこと）

ウ 準備及び効果測定を含めた業務スケジュールを示すこと。

- (7) 見積もり
業務の実施に必要な経費の総額及び内訳を明らかにした見積を示すこと。

7 参加資格要件

参加者は単独事業者のみとし、複数の事業者による共同での参加を認めない。参加者は次の要件を全て満たすこと。ただし、下記(5)の要件を満たしていない場合であっても、その他の要件を満たしている場合は、下表に定める必要書面を参加申込書と同時に提出を行うことで、参加の申し込みを行うことができる。

- (1) 地方自治法施行令第 167 条の 4 の規定に該当しない者であり、かつその者を代理人、支配人、その他の使用人として使用する者でないこと。
- (2) 会社更生法による更生手続開始の申立てがなされている者又は民事再生法による再生手続開始の申立てがなされている者（手続開始の決定後の者は除く）等経営状態が著しく不健全な者でないこと。
- (3) 札幌市競争入札参加停止等措置要領に基づく参加停止措置を受けている期間中でないこと。
- (4) 事業協同組合等の組合がこの入札に参加する場合は、当該組合等の構成員が、構成員単独での入札参加を希望していないこと。
- (5) 令和 8～10 年度札幌市競争入札参加資格者名簿（物品・役務）において、大分類「一般サービス業」、中分類「情報サービス、研究・調査企画サービス業」または「広告業」に登録されていること。
- (6) 審査基準日の直前 1 年間に於いて、1 期の決算における製造、販売、請負等の実績高があること。
- (7) 不渡手形又は不渡小切手を発行して、銀行当座取引を停止された者で、2 年を経過しない者でないこと。
- (8) 市区町村税、消費税・地方消費税を滞納している者でないこと。
- (9) 札幌市暴力団の排除の推進に関する条例第 2 条第 2 号に規定する暴力団員又は同条例第 7 条に規定する暴力団関係事業者でないこと。

＜札幌市の競争入札資格者名簿に登録されていないものが提出する書面＞

| 提出書面 | 備考 |
|------------------------|---|
| ア 申出書 | (様式 3) |
| イ 登記事項証明書 | ※登記は現在事項証明または全部事項証明（写し可） ※参加申込書の提出日から 3 か月前の日以降に発行されたもの |
| ウ 財務諸表（直近 2 期分） | 貸借対照表、損益計算書 |
| エ 納税証明書 （市区町村税） | ※本店（契約権限を委任する場合は受任先）の所在地の市区町村が発行するもの（写し可） ※参加申込書の提出日から 3 か月前の日以降に発行されたもの |
| オ 納税証明書 （消費税・地方消費税） | ※未納がない旨の証明書（写し可） ※参加申込書の提出日から 3 か月前の日以降に発行されたもの |

8 参加手続きに関する事項

(1) 日程

| | |
|-----------------------------|------------------------|
| 公募開始 | 令和8年5月 1日 (金) |
| 参加申込書及び 競争入札参加認定通知書の提出期限 | 令和8年5月15日 (金) 12時00分必着 |
| 企画提案書等の提出期限 | 令和8年5月22日 (金) 12時00分必着 |
| 選定委員会 (ヒアリング) | 令和8年6月 8日 (月) 【予定】 |
| 選定結果の通知、契約締結 | 令和8年6月中旬 |

(2) 提出書類

下記アからエまでの提出書類について、上記(1)の提出期限までに担当へ持参または郵送（書留郵便等配達状況を確認できるものに限る）により提出すること。なお、電子メール、FAXでは受付しない。

- ア 参加申込書（様式1） 1部
- イ 競争入札参加資格認定通知書 1部
（上記7(5)を満たさない場合は、札幌市の競争入札資格者名簿に登録されていないものが提出する書面一式）
- ウ 企画提案書及び業務費内訳書（見積書）
 - ・表紙に提案者の団体名称を記載したもの 3部
 - ・提案者の団体名称が記載されていないもの 10部
- エ 上記イのPDFデータ（CD又はDVD） 1部

(3) その他の留意事項

- ア 提出書類の作成・提出に係る費用は申込者の負担とする。
- イ 提出書類に虚偽があった場合は失格とする。
- ウ 提出書類は理由の如何を問わず返却しない。
- エ 同一の申込者からの複数の企画提案書の提出は認めない。
- オ 審査の公正を期するため、企画提案書には、会社名、住所、ロゴマークなど、企画競争参加者を特定できる表示を付さないこと。
- カ 提出期限後の提出、差替え、変更、再提出及び追加を認めない。
- キ 当法人が選定にあたり必要と認めるときは、追加書類の提出を求めることがある。

(4) 質問の受付及び回答

企画提案を行うにあたり質問がある場合は、質問受付期間内に、所定の書面（様式2）に質問の要旨を簡潔に記入し、電子メールで送信するものとする。

- ア 質問受付期限
令和8年5月11日（月）15時まで
- イ 質問に対する回答
質問を受けた場合は質問者に随時回答するとともに、企画提案を募集する上で広く周知すべきと判断されるものについては、質問の内容を当法人ホームページで公表する。
- ウ 送付先電子メールアドレス
dmol@sta.or.jp
※メールのタイトルは、

「(団体名) 令和8年度欧米豪市場におけるメディアレップ業務質問書」とする。

9 契約候補者の選定方法

本プロポーザルにおいて、企画提案の内容は、実行委員会の構成団体等からなる「札幌市国際観光プロモーション企画競争実施委員会」（以下「実施委員会」という。）を設置して評価する。評価及び契約候補者の選定は、実施委員会が審査を行い、最も優れた企画提案者を契約候補者として選定する。

(1) 参加資格の審査及び結果の通知

「7 参加資格要件」に基づき審査を行い、参加団体に通知する。

(2) 評価の基準

評価基準点は「5点：非常に優秀 4点：優秀 3点：普通 2点：やや劣る 1点：劣る」とし、「評価基準点×係数」により評価点を求めるものとする。参加者が1者となった場合でも、別に定める最低基準点を超えた場合に限り優先交渉団体とする。

| 評価項目 | 評価内容 | 係数 | 評価点 |
|---|---|----|-----|
| 実施方針 (6-1) 関係) | 実施方針は、提案説明書を理解し、対象市場や対象市場のメディアの傾向への理解・分析に基づき適切に策定されているか。 | 3 | 15 |
| 現地メディアへのセールス・ニュースレターの作成・配信 (6-2) 関係) | セールス・ニュースレターの計画、決定プロセス、初月の具体的内容から、ターゲットに対し札幌・北海道の魅力を効果的に伝える企画力及び実行力が期待できるか。 | 3 | 15 |
| | セールス及びプレスリリースを行う現地メディアはターゲットに対して影響力を有するものであるか。 | 3 | 15 |
| | 現地メディアレップによるセールス・プレスリリースの回数や工夫点が、効果的なパブリシティの獲得へ繋がることが期待できるか。 | 3 | 15 |
| 現地旅行会社へのセールスコール (6-3) 関係) | セールスコールの実施体制、セールス内容、セールス先候補等は、商品造成に繋がることが期待できるか。 | 2 | 10 |
| 独自提案 (6-4) 関係) | 独自提案は、本事業の目標達成に向け、実施による相乗効果が期待できるものとなっているか。 | 3 | 15 |
| 効果測定 (6-5) 関係) | プロモーションの効果を測る指標が適切であり、目標の設定が妥当であるか。 | 1 | 5 |
| 実施体制 (6-6) 関係) | 業務を遂行するための適切な業務体制が確保され、確実に遂行し得るスケジュールになっているか。 | 1 | 5 |
| 経費の妥当性 (6-7) 関係) | 提案内容に対して積算額が妥当であるか。 | 1 | 5 |

(2) 選定委員会によるヒアリングの実施

企画提案者に対してヒアリングを行い、契約候補者を選定する。ヒアリングの実施にあたっては、次のとおり行うものとする。

ア 提案者側の出席者は最大3名までとする。

イ ヒアリングは、1企画提案あたり、30分（企画提案書に基づくプレゼンテーション15分、質疑応答15分）を想定し、順次個別に行うものとする。

(3) その他

ア 提案者の数によっては、一次審査（書類選考）を行う場合がある。

イ 評価の結果は、提案者全員に文書により通知する。

ウ 提案者が1者となった場合、選定委員会が定める最低評価基準点（総合得点の6割）を超えた場合のみ契約候補者として選定する。

エ 選定委員会による採点が同点の場合、委員全員の協議により契約候補者を選定する。

10 契約

契約候補者との契約は業務委託契約とする。また、原則として再委託を禁止し、委託者が事前に承諾した場合に限り、例外的に再委託できるものとする。詳細は契約書において規定する。本業務の実際の業務内容は、企画提案書に基づき、委託者と契約候補者による協議により決定する。企画提案書の内容がそのまま実際の業務内容とはならないことに留意すること。また、契約候補者が「7 参加資格要件」のいずれかに該当しないこととなった場合、契約を締結しないことがある。契約候補者との交渉が不調に終わった場合、選定委員会において次点とされた者と交渉する場合がある。

11 参加資格の喪失

企画提案者が参加資格を有することを確認したときから審査が確定するまで（契約候補者にあっては契約を締結するまで）の間に、次のいずれかに該当したときは提出された企画提案に関する評価をせず、又は契約候補者としての選定を取り消すものとする。

(1) 参加資格を満たしていないことが判明し、又は満たさないこととなったとき

(2) 提案書類に重大な不備や虚偽の記載をしたことが判明したとき

(3) 不正な利益を図る目的で選定委員会の委員等と接触し、又は利害関係を有することとなったとき

12 失格事項

次のいずれかに該当したものは失格とする。

(1) 提出書類の提出期間、提出場所、提出方法、記載方法等が、本提案説明書及び各様式にて定めた内容に適合しなかった者

(2) 審査の公平性を害する行為をおこなった者

(3) その他、本提案説明書等に定める手続き、方法等を順守しない者

13 参加資格等についての申立て

本企画競争において参加資格を満たさない、又は満たさないこととなった等の通知を受けた日の翌日から起算して 10 日（札幌市の休日を定める条例で規定する休日を除く。）以内にその理由等について書面により求めることができる。

14 評価についての申立て

企画提案者は自らの評価に疑義があるときは、選定結果に係る通知を受けた日の翌日から起算して 3 日（札幌市の休日を定める条例で規定する休日を除く。）以内に、自らの評価について書面により疑義の申し立てを行うことができる。

15 企画提案の著作権等に関する事項

- (1) 企画提案の著作権は各提案者に帰属する。
- (2) 当法人が本業務の実施に必要なと認めるときは、企画提案を当法人が利用（必要な改変を含む）することを許諾するものとする。この場合は、あらかじめ提案者に通知するものとする。
- (3) 企画提案者は、当法人に対し、提案者が企画提案を創作したこと及び第三者の著作権、著作人格権及びその他特許権、商標権を含むいかなる知的財産権を侵害するものではないことを保証するものとする。
- (4) 企画提案の利用について、第三者から権利侵害の訴えその他の紛争が生じた時は、企画提案者は、自己の費用及び責任においてこれを解決するものとし、かつ、当法人に何らかの損害を与えたときは、その損害を賠償するものとする。

16 その他留意事項

- (1) 企画提案に係る一切の経費については提案者の負担とする。
- (2) 各種提出書類について、提出期限後の提出、差替え、変更、再提出及び追加提出は一切認めないものとする。
- (3) 当該業務については単年度契約となるが、事業の性質を鑑み、一定期間継続した運営を行うことが効果的であると判断されることから、受託者が業務を良好に履行している場合、令和 8 年度から最大 3 年間で限度に継続して契約相手方として選定できるものとする。

17 問合せ先

担 当 一般社団法人札幌観光協会 観光地経営推進部 プロモーション G
小松（こまつ）、荻（おぎ）
住 所 〒060-0001 札幌市中央区北 1 条西 2 丁目 北海道経済センター 7 階
電 話 011-211-3341
メール dmol@sta.or.jp