

この仕様書は企画提案書作成用であり、事業の実施に係る要求水準を示すものである。企画提案競技後、一般社団法人埼玉県物産観光協会（以下「協会」という）は契約候補者と協議を行い、双方の合意が図られた場合は仕様書を契約候補者の企画提案内容に合わせ修正の上、契約を締結する。

令和7年度米国市場向け広報活動業務委託 仕様書

1 業務名

令和7年度米国市場向け広報活動業務

2 目的

米国の有力雑誌の編集者やジャーナリストに向けて、「埼玉県（以下「県」という。）には訪れる価値のある観光コンテンツが豊富であること」を発信し、米国内で能動的な広報活動を実施するため、米国に本社を持つ広報会社を通じて直接、米国有力雑誌の編集者やジャーナリストとの関係構築や情報提供を行い、県への取材ツアーに招聘する。本事業により米国の有力雑誌で埼玉県の観光素材が記事として紹介される可能性を高め、米国における県観光地の認知拡大及び観光客誘致に繋げていくものである。

3 委託期間

契約締結日から令和8年2月27日(金)まで

4 委託業務概要

- (1) アメリカ東海岸等の主要メディアへむけた情報提供（10回/月）
- (2) 米国有力雑誌の編集者やジャーナリストの県内プレスツアー・懇親会への招聘及び参加意向の確認（1回以上）
- (3) 日本国内在住または滞在中の編集者やジャーナリストの県内プレスツアー誘致（2回以上）
- (4) 事前に協会と調整した雑誌へのプレスツアー招聘後の埼玉関連記事の掲載
- (5) ライブウェビナーの実施（1回以上）
- (6) 米国メディアのクリッピング調査
- (7) その他協会に対する助言や支援の実施

5 業務の内容

以下の業務について、第3期彩の国DMO戦略に基づき実施すること。なお、事業効果を高めるため、各業務の同時開催やその他、米国での県の観光地の認知拡大、観光客誘致に効果的な手法があれば提案すること。

- (1) アメリカ東海岸等の主要メディアへむけた情報提供（10回/月）

埼玉県の観光コンテンツを主要メディアに提供し、編集者、ジャーナリストに対する埼玉県の認知度向上につなげること。

- ア 情報提供先の候補となる主要メディアをリスト化し、協会と共有し事前に合意を得ること。
- イ 主要メディアの編集者、ジャーナリストと個別ミーティングを行うこと。
- ウ メディア等とのミーティング件数は月に10件以上とすること。
- エ 協会とは毎月定例会を設定し、月内の事業進捗、次月の予定、市場最新トピック等の情報共有を行うこと。
- オ 提供する情報及び資料（プレスリリースやプレスキット）は協会と相談の上、作成すること。
- カ 令和6年に協会にて選定した有力コンテンツ（別紙参照）を中心とした情報提供を行うこと。
- キ 受託者が発行するメディア向けメルマガ等に埼玉の記事を掲載すること。
- ク 米国有力雑誌など主要メディアを招請するプレスツアーへの参加意向を確認すること。
- ケ 予算内で可能であれば、西海岸のメディアにも情報提供を行うこと。
- コ 個別ミーティングの他に有効な情報提供の方法があれば、協会に提案すること。

(2) 米国有力雑誌の編集者やジャーナリストの県内プレスツアー・懇親会への招聘及び参加意向の確認（1回以上）

埼玉県に招聘し、観光コンテンツを実際に取材、撮影をしていただき、記事の作成及び出版へと繋げること。

- ア 受託者が主体となり、県の観光コンテンツを直接取材していただくための協会主催のプレスツアー（取材ツアー）について、米国有力雑誌の編集者やジャーナリストに情報提供をし、招待をする。
- イ プレスツアーに招待するメディア及び同行者（委託業者）の人数については、事前に協会に相談の上、決定するものとする。
- ウ 旅費（航空券とホテル）は、受託者が手配、購入すること。
- エ 空港から埼玉県への移動、県内の移動、食費や通訳ガイドなどの取材に必要な手配は協会が実施するが、プレスツアーの日程を含む旅程及びそれにかかる経費負担については協会と相談の上、決定するものとする。
- オ プレスツアー実施に併せて、県内事業者との懇親会または意見交換会をする場を設けること。

(3) 日本国内在住または滞在中の編集者やジャーナリストの県内プレスツアー誘致（2回以上）

埼玉県に招聘し、観光コンテンツを実際に取材、撮影をしていただき、記事の作成及び出版へと繋げること。

- ア 委託業者が主体となり、県の観光コンテンツを直接取材していただくための協会主催のプレスツアーについて、日本国内在住または滞在中の米国有力雑誌の編集者やジャーナリストに情報提供をし、招待をする。
- イ プレスツアーに招待するメディアについては、事前に協会に相談の上、決定するものとする。

- ウ 埼玉県までの移動や県内の移動、通訳ガイドなどの取材に必要な交通費等は協会が負担し、手配も協会が実施するが、プレスツアーの日程を含む旅程及びそれにかかる経費負担については協会と相談の上、決定するものとする。

(4) 事前に協会と調整した雑誌及びウェブメディアへのプレスツアー招聘後の埼玉関連記事の掲載

プレスツアー招聘後も雑誌及びメディア関係者とコミュニケーションを取り、埼玉関連記事の掲載へと繋げること。

- ア 上記5 (2) と (3) に記載のプレスツアーに招聘する編集者やジャーナリストには、記事掲載の確約を必ず取ること。
- イ 対象となる記事は、広告記事ではなく編集記事とする。
- ウ 取材終了後も、ツアーに参加したメディアとコミュニケーション取り、記事掲載に結びつける働きかけをすること。
- エ 記事掲載は、プレスツアー開催後年度内の記事掲載を目指すものとする。年度を越えての掲載となる場合は、予め協会に報告をすること。

(5) ライブウェビナーの実施 (1回以上)

県には訪れる価値のある観光コンテンツが豊富であることを積極的に発信するためライブウェビナーを実施すること。

- ア 米国のメディア向けに県内の観光コンテンツを紹介するライブウェビナーを開催すること。
- イ 紹介する観光コンテンツについては、協会に提案、協議の上決定するものとする。
- ウ ライブウェビナーの参加者はメディア、旅行会社及びトラベルアドバイザーとし、その集客を行うこと。
- エ ライブウェビナーの開催に必要となるオンライン会議システムを提供し、米国と埼玉を中継するための準備を行うこと。
- オ ライブウェビナーの司会進行をし、進行上必要となる通訳 (日本語→英語) の手配も実施すること。
- カ ライブウェビナー開催後は、メディア掲載あるいは旅行商品造成につながるよう、米国側の参加者のフォローアップを行うこと。

(6) 米国メディアのクリッピング調査

米国現地ニーズを的確に把握するため、米国メディアの露出記事の状況を調査すること。

- ア 埼玉県のみならず日本国内の他の観光地の調査も行うものとする。
- イ クリッピングする記事の対象は、新聞記事、インターネット上の記事、影響力を持つインフルエンサーの SNS 投稿とする。また、クリッピング対象媒体は協会と協議の上予め選定する。
- ウ クリッピング調査は、①受託者の働きかけにより記事につながったものと②それ以外の記事に分けて報告すること。
- エ 調査についての提案があれば、協会に提案すること。

オ クリッピング調査に含める内容や地域は、事前に協会と協議の上決定すること。

(7) その他協会に対する助言や支援の実施

その他、協会が実施する米国市場向け事業について、必要に応じて助言・支援を行うこと。

ア 米国人の視点で、埼玉県観光コンテンツに関する助言を行うこと。

イ 広告やキャンペーンの提案など、広報活動に有益だと思えば、協会に提案すること。

ウ 協会が業務上必要と判断した場合、「令和7年度 米国市場プロモーション活動業務」の受託者とのミーティングに参加すること。

6 KPI設定

本事業のKPIは、雑誌及びウェブサイトを併せて10記事以上とするが、最終的な目標値の決定及びその算出方法は協会と協議の上、決定するものとする。

7 活動報告

協会に対して定期的に協会が定める実施状況の報告書を作成し提出するとともに、報告会を実施すること。なお、報告に際しては、下記の事項に留意すること。

(1) 報告書等の作成及び提出

各業務の実施状況を分かりやすく報告書にまとめ、月1回、協会に提出すること。

(2) 報告会

ア 協会と受託者として毎月報告会を実施すること。

イ WEB会議を実施する場合は、会議環境は受託者が提供すること。

ウ 報告会が実施できない場合は、協会と受託者として別途協議すること。

8 事業実施報告書の作成及び提出

事業完了後、遅滞なく、委託期間の活動の成果、課題及び次年度に向けた戦略をまとめた事業実施報告書を作成し、協会に提出すること。成果物はPDFで提出すること。なお、事業実施報告書の内容については事前に協会の承認を受けること。

9 委託業務実施にあたっての留意事項

詳細は、委託契約に定めるものとする。

(1) 本業務の全部又は一部を第三者に委託し、又は請け負わせてはならない。ただし、あらかじめ協会の承諾を得た場合は、この限りではない。

(2) 受託者は、本業務の実施に当たり、関係法令、条例及び規則等を十分に順守するとともに、ステルスマーケティング対策として必要な表示を行うこと。

(3) 本業務に関して知り得た秘密をみだりに他に漏らし、又は本業務以外の目的に使用してはならない。委託期間が終了し、又は契約が解除された後においても同様とする。

(4) 本業務を通じて取得した個人情報の適切な管理のために、必要な措置を講じるものとする。受託

者が取り扱う個人情報については、協会の保有する個人情報として改正個人情報保護法の規定の適用を受けるものとする。

- (5) 本業務終了後に契約額を確定した結果、受託者に本業務により発生した収入がある時で、得られた収入から契約額を上回る事業費を差し引いてもなお受託者に収入がある場合、当該収入は協会に返還するものとする。
- (6) 受託者は、本業務の履行に当たり、自己の責めに帰すべき事由により協会に損害を与えたときは、その損害を賠償しなければならない。
- (7) 受託者は、本業務の履行に当たり、受託者の行為が原因で利用者その他の第三者に損害が生じた場合には、その賠償の責めを負うものとする。
- (8) この仕様書に定める事項及びこの仕様書に定められた事項以外に疑義が生じた場合は、遅滞なく協会と協議を行うものとする。
- (9) 本仕様書に定めるものの他、受託者の企画提案書に記載されている事項についても、適切に履行すること。

10 成果物に関する権利の帰属

- (1) 本業務において、著作権、肖像権等の取扱いには十分注意すること。
- (2) 本業務の履行に伴い発生する成果物等に対する著作権（著作権法第27条・第28条に規定する権利を含む）、肖像権等は原則として全て協会に帰属し、協会は受託者に許可を得ることなくWEB・SNS等での使用を含めて手段を問わず二次利用できるものとする。受託者は、協会が成果物等を利用する際に、著作者人格権を行使しないものとする。
- (3) 本業務に使用する映像、音源、イラスト、写真等について第三者が権利を有するものを使用する場合、第三者との間で発生する著作権その他知的財産権に関する手続きや使用料等の負担と責任は全て受託者が負うこととする。

英文翻訳版

English Translation:

March 31, 2025

Saitama Prefecture Products & Tourism Association
DMO Strategy Office, Inbound Division

These guidelines for the Request for Proposal (RFP) explain the required standards for implementing the project. Please refer to these guidelines when preparing your proposal. After evaluating the proposal, the Saitama Prefecture Products & Tourist Association will hold discussions with the potential contractor. If both parties reach an agreement, the specifications will be revised and adjusted to align with the contractor's proposal and will be included in the contract.

Guidelines for Request for Proposal (RFP): Public Relations Activities for U.S. Market in FY2025

1. Subject:

Public Relations Activities for U.S. Market in FY2025

2. Purpose:

The contractor will support the Saitama Products & Tourism Association (hereinafter referred to as “Association” by informing editors and journalists of leading U.S. magazines that Saitama Prefecture (hereinafter referred to as “Prefecture”) has rich tourism resources worth visiting. To carry out active public relations activities in the U.S. market and engage directly with editors and journalists, the Association prefers to work with a public relations agency with its headquarters in the United States. By inviting editors and journalists to a press tour in the Prefecture, the Association aims to increase the likelihood of the Prefecture being featured in articles from leading magazines. Ultimately, this project will raise awareness of Saitama Prefecture in the U.S. market and lead to an increase in visitors to the Prefecture.

3. Contract Period

From the date of conclusion of the contract until February 27, 2026 (Friday)

4. Outline of the Project

- (1) Provide information to major media outlets on the U.S. East Coast and have media calls (10 times/month).
- (2) Invite editors and journalists from leading U.S. magazines to the press tours organized by the Association and

confirm their willingness to attend receptions (at least once).

(3) Invite editors and journalists residing or staying in Japan to participate in press tours organized by the Association (at least twice).

(4) Secure the publication of articles about the Prefecture in magazines following the press tour.

(5) Conduct a live webinar connecting Saitama Prefecture with U.S. media (at least once).

(6) Provide a clipping report of U.S. media coverage.

(7) Provide other advice and support to the Association.

5. Scope of the Work

The following Scope of Work shall be implemented in accordance with the DMO Strategy of Saitama Products & Tourism Association. In order to increase the effectiveness of the project, please propose any methods in the above listed Scope of Work that will lead to the increase in the awareness of Saitama in the US market.

(1) Provide information to major media outlets on the U.S. East Coast and have media calls (10 times/month) Increase awareness of Saitama Prefecture among editors and journalists of major media outlets in the U.S. by providing information about the tourism of the Prefecture.

A) Create a target list of media to be shared with the Association and pitch Saitama Prefecture to the media that have agreed in advance.

B) Hold meetings (calls) with editors and journalists.

C) The number of meetings (calls) with the media and journalists shall be at least 10 per month.

D) Set up a regular monthly meeting with the Association to share information about the project for the current month, plans for the next month, and trends in the market.

E) Materials for the media pitch, such as press kits and press releases, should be prepared in consultation with the Association.

F) Provide information centered on the leading contents selected by the Association in 2024.

G) Publish articles or news about Saitama in the newsletters or other publications issued by the contractor.

H) Confirm with the media their willingness to participate in the press trip, to which major media outlets are invited, as described in 4-(2).

I) If possible, within the budget, information shall also be provided to West Coast media outlets.

J) If there are other effective ways to provide information besides individual meetings, they should be suggested to the Association.

(2) Invite editors and journalists from leading U.S. magazines to the press tours of the Prefecture and confirm their willingness to attend receptions (at least once).

A) Send invitations to journalists and editors of leading U.S. magazines for press tours organized by the Association and create opportunities for media coverage.

B) The number of accompanying persons to be invited to the press tour (including the staff of contractors) shall be determined after prior consultation with the Association.

C) Travel expenses (airfare and hotel) shall be arranged and purchased by the contractor prior to the press tour. The Association will secure the budget for the travel expense separately from the project fee.

D) The Association will make necessary arrangements for the press trip, including land transportation within the Prefecture, from the airport to the Prefecture, meals, and an interpreter. The itinerary, including the press tour schedule, and the expenses shall be decided after consultation with the Association.

E) In conjunction with the press tour, coordinate a meeting or gathering in the Prefecture where the local partner of the Association and the media can meet and exchange information.

(3) Invite editors and journalists residing or staying in Japan to participate in press tours in the Prefecture (at least twice).

A) Provide information and invitations to editors and journalists of leading U.S. magazines living or staying in Japan for press tours organized by the Association.

B) The media to be invited to the press tour shall be decided after prior consultation with the Association.

C) The Association will cover the expenses for transportation for the domestic trip to Saitama Prefecture, as well as transportation within the Prefecture, meals, and an interpreter. However, the itinerary, including the press tour schedule and the allocation of expenses related thereto, shall be determined prior to the press trip.

(4) Secure the publication of articles about Saitama Prefecture in magazines following the press tour.

A) Be sure to obtain assurances of article publication from editors and journalists invited to the press tours listed in (2) and (3) above.

B) Eligible articles must be editorial articles, not advertising articles.

C) After the tour, continue communication with the media that participated in the tour and encourage them to publish articles about the Prefecture.

D) The articles should be published within the fiscal year following the press tour. If an article is to be published beyond the end of the fiscal year, the contractor must notify the Association in advance.

(5) Conduct a live webinar connecting Saitama Prefecture and U.S. media (at least once).

A) Host a live webinar introducing the Prefecture's tourism content to the U.S. media.

B) The tourism content in the Prefecture to be introduced shall be proposed to the Association and decided upon after discussion.

C) Invite media, travel agencies, and travel advisors to the live webinar.

D) Provide the necessary online conferencing system to host the live webinar and make arrangements to relay the webinar between the U.S. and Saitama.

E) Moderate the live webinar and arrange for any interpreters (Japanese to English) that may be required for the proceedings.

F) After the live webinar, follow up with U.S. participants to ensure media coverage or the development of travel products.

(6) Provide a clipping report of U.S. media coverage.

- A) Clipping research shall be conducted for the article related to the destinations in Japan, not only of Saitama Prefecture.
- B) Articles to be should be newspaper articles, articles on the Internet, and social networking posts by influencers. The media to be monitored should be consulted in advance with the Association.
- C) The media exposure gained by the efforts by the contractor should be stated in the report.
- D) Any suggestions regarding the clipping research and report should be proposed to the Association.
- E) The contents to be included in the reports should be consulted with the association.

(7) Provide other advice and support to the association

- A) Provide advice on Saitama Prefecture's tourism content from a market perspective.
- B) Propose any ideas to the Association that you think would be beneficial for public relations activities, such as campaign initiatives.
- C) Participate in meetings with the other contractor responsible for promotion in the U.S. market, if the Association deems it necessary.

6. KPI

The KPI for this project to achieve publication of at least 10 articles includes the story of tourism of Saitama Prefecture. The 10 articles should include paper magazines and the websites, but the final target value and its calculation method shall be determined upon consultation with the Association.

7. Activity Report

The contractor shall prepare and submit a monthly report on the status of the project to the Association and shall also hold a monthly meeting. The following items should be noted when reporting:

(1) Preparation and Submission of Reports

The report should detail the status of the project, with each task summarized in a clear and easy-to-understand way. The report should be submitted once a month.

(2) Meeting

- A) Monthly meetings shall be held between the Association and the contractor.
- B) If the meeting is to be held online, the conference environment shall be provided by the contractor.
- C) If a meeting cannot be held, the Association and the contractor should discuss alternatives.

8. Preparation and submission of the final project report

Upon completion of the project, submit a project report summarizing the results of the activities without any delay. Be sure to include issues and recommended strategies for the next year in the report, and it must be submitted in PDF format.

The contents of the project report should be discussed with the Association before the submission.

9. Points to keep in mind when implementing the commissioned work

- (1) The contractor shall not contract out or have a third-party contract out all or part of this work. However, this shall not apply in cases where the Association has given its approval.
- (2) In carrying out this work, the contract shall fully comply with all applicable laws, ordinances, and regulations, and shall provide necessary measurements for the wrong marketing activities such as stealth marketing.
- (3) Confidential information obtained in connection with the project shall not be divulged to any third party or used for any purpose other than the Services. The same shall apply even after the completion or termination of the contract.
- (4) The contractor shall take necessary measures for the appropriate management of personal information obtained through this work. The personal information handled by the contractor shall be subject to the Personal Information Protection Law in Japan
- (5) If as a result of the determination of the contract amount after the completion of this work, the contractor has income generated by this work, and if the contractor still has income after deducting the project cost exceeding the contract amount from the income obtained, such income shall be returned to the Association.
- (6) If the contractor causes damage to the Association, the contractor shall compensate for such damage.
- (7) The contractor shall be liable for compensation for any damage caused to any other third party due to the contractor's actions in the performance of the project.
- (8) If any question arises other than the matters specified in this Scope of Work and the items specified in this document, the contractor shall consult with the Association.
- (9) In addition to the items specified in these specifications, the contractor shall also properly perform the items listed in the contractor's proposal.

10 Rights

In this work, please be careful in handling personal rights including copyrights by following the privacy laws of Japan and the U.S..