

# 2025 年西日本地區觀光推廣活動營運宣傳招標案

財團法人台灣觀光協會(以下簡稱本會)受交通部觀光署委託，預定於 2025 年 6 月 26 日至 7 月 1 日至日本九州及關西，舉辦觀光行銷活動(Roadshow)，針對其宣傳及活動辦理及營運等事宜徵求承辦廠商。茲就本活動招標重點說明如下：

## 壹、委辦項目：觀光行銷活動營運搭建 及 宣傳行銷規劃

### 一、目的：

透過實體行銷活動展現台灣的觀光魅力，善用台灣美食、自行車、鐵道及友善等觀光元素，達成吸引辦理活動城市民眾選擇來台旅遊的目標。

### 二、活動概要：

#### 1. 視覺設計：

請以最能吸引九州及關西日本民眾的台灣觀光元素/意象，搭配觀光署「TAIWAN-Waves of Wonder」和「したいことぜんぶ！ビビビビ！台湾！」Slogan 貫穿活動輸出設計，並突顯台灣作為飲品王國友善熱情的招牌印象，用實際可以「來台灣喝一杯」的地點或場景發想活動內容及搭建主題，並延伸至宣傳行銷運用。

#### 2. 宣傳行銷：

針對本活動提出對活動及台灣觀光具效益之宣傳行銷方案。提案應包含執行期程、廣告露出時間、預計觸及目標客群、觸及數量及預計來客數等預期效益，說明投放廣告的管道與預期觸及率，達成確實吸引日本旅客來台旅遊之目標。

#### 3. 活動形式：

於 6 月 28、29 日兩日分別在關西地區(京都／大阪／神戶)及福岡市區舉辦兩日實體活動，內容應包含關西及福岡各 2 處(共 4 處)之合適場地提案、活動執行內容(如：網紅合作拍攝影片宣傳、現場現身、互動體驗等)、現場營運人力規劃、活動平面配置及視覺設計等。

※請廠商提案，形式不限，規格詳見貳、需求說明

※活動日期為暫定，視本會最終決定時程調整

### 三、預算：

包含活動場地租金、現場營運及搭建、活動整體主視覺設計等執行費用，以及宣傳行銷費用，共計新台幣 330 萬元(含稅)，最後執行經費須再經本會議價後訂定。

## 貳、需求說明

### 一、觀光行銷活動設計主軸：

台灣擁有豐富的茶、酒、咖啡、手搖飲等多元飲品，可以說是聞名世界的飲品王國。請以「來台灣喝一杯」為主軸，視覺上結合「ビビビビ！台灣！」及「TAIWAN-Waves of Wonder」品牌輔助顏色或圖形設計，現場搭建可以實際來台灣能「喝一杯」的地點(如：新潮熱炒、手搖店、咖啡廳、茶席……等)作為主題，另延伸運用到活動事前宣傳。素材及使用範例請參考：

ビビビビ！台灣！：

[https://drive.google.com/drive/folders/1gm4kultiisvWvgmFOPNBhQ5S08TM\\_iUh](https://drive.google.com/drive/folders/1gm4kultiisvWvgmFOPNBhQ5S08TM_iUh)

台灣觀光 3.0 「TAIWAN-Waves of Wonder」：

[https://drive.google.com/drive/folders/1h9eVJkfIV7JdO08gq3po3kbZSaZr\\_aU\\_](https://drive.google.com/drive/folders/1h9eVJkfIV7JdO08gq3po3kbZSaZr_aU_)

來台灣喝一杯

[https://docs.google.com/presentation/d/1KZYmVOjah05m5Lj-](https://docs.google.com/presentation/d/1KZYmVOjah05m5Lj-PyO8Oj6H948z9DkU/edit?usp=sharing&ouid=116441047859909869629&rtpof=true&sd)

[PyO8Oj6H948z9DkU/edit?usp=sharing&ouid=116441047859909869629&rtpof=true&sd](https://docs.google.com/presentation/d/1KZYmVOjah05m5Lj-PyO8Oj6H948z9DkU/edit?usp=sharing&ouid=116441047859909869629&rtpof=true&sd)

[=true](https://docs.google.com/presentation/d/1KZYmVOjah05m5Lj-PyO8Oj6H948z9DkU/edit?usp=sharing&ouid=116441047859909869629&rtpof=true&sd)

※素材未經許可不可於其他場合使用。

### 二、宣傳行銷：以增加實體活動來場人次及擴大台灣知名度為目標，於活動前、中或後宣傳，主題同設計主軸。

1. 時間：活動前期宣傳應自活動前至少 1 個月，配合活動場地開始執行(不同媒體可依預算規劃不同波段宣傳期程)

## 2. 宣傳管道：

- (1) 電視廣告、SNS 平台、電車或 3D 電視牆、電子看板、活動場地之廣告空間／版位……等，也可用跨界合作等方式，達成吸引旅客來活動現場及來台之目標。
  - (2) 事前新聞報導(知名平面或電視媒體)及活動後續的新聞露出
  - (3) 網紅宣傳：邀請 1-2 位符合台灣觀光主軸的網紅(追蹤人數須達 20 萬人以上)，於事前在社群平台以限時動態或貼文宣傳活動，並於活動期間到場進行講座或互動(請廠商提案，形式不限)，參加後須於其頻道貼文或上傳影片，並記錄瀏覽人次等數據。
3. 目標客群：以日本年輕(20-49 歲)客群為主、熟齡客群為輔。
  4. 宣傳規劃：廠商提案應包含目標客群輪廓、執行期程、廣告露出時段、視覺(如 Banner)設計與預計觸及人數、效果，後續結案報告應包含實際廣告及網紅觸及率等成效數據。

## 三、實體活動

於福岡及關西地區(京都／大阪／神戶)兩地各辦理 1 場、共計 2 場實體活動。選擇合適地點設計搭建活動場地，會場空間應可彈性運用，避免閒置。實體活動現場之輸出設計應依主視覺進行延伸，營造令民眾願意駐足觀賞、體驗，並於社群媒體擴大宣傳的環境，並規劃互動式體驗活動(如：集章活動、科技體驗台灣觀光魅力等，請廠商自由提案)，吸引民眾走入活動現場各區體驗。

兩場實體活動之時間及需求如下：

### 1. 時間：

- (1) 福岡：2025 年 6 月 28(六)或 29(日)，11：00-17：00。
- (2) 關西：2025 年 6 月 28(六)或 29(日)，11：00-17：00。

※活動為兩地各舉辦 1 日，惟舉辦時間將視本會最終決定時程調整之。

### 2. 地點：福岡及關西兩處，可同時容納 200 人以上的人潮聚集處，並

可符合以下空間規畫需求條件。可選擇室內或半開放戶外空間，但若是戶外場地，廠商須提供雨天備案，以及每一場地各兩款場地提案。

3. 空間規劃、硬體搭建及活動內容規劃執行：

(1) 舞台區

- a. 可供 8 人以上舞蹈或音樂類型的表演團體演出之舞台(表演由本會提供)，並應包含大型螢幕或 LED 供影像播放及基本音響設備，配合演出達到聚眾效果。舞台前的觀眾區至少需可容納 50 人站立。
- b. 廠商必須提出 2 款可以吸引民眾的舞台活動，例如品茶品酒、名人演唱、廚藝教室或互動趣味遊戲等，請廠商自由提案。若找網紅集客，則應與前期宣傳連動。

(2) 台灣觀光資訊櫃台

可放置約 10-15 種以上觀光文宣，可供 2-3 人站立之櫃台空間，由工作人員發送台灣觀光資訊。

(3) 業者展區

可供約 20-30 家台灣業者使用的展位(包含座椅)，發送資訊文宣或與日本民眾互動。

(4) 互動體驗區(本區包含「文化體驗」及「科技體驗」)

- a. 文化體驗：內容由本會提供，廠商應規劃每次可容納 8-12 人、每日至少 3 場次之含桌椅體驗空間，具體空間規劃應視本會提供體驗內容調整。
- b. 科技體驗：請廠商規劃並搭建／租借科技互動遊戲，同時符合來喝一杯主題，如：AR 手搖珍珠奶茶等

(5) 販售區：物品販售或美食體驗

廠商應於現場規劃 7 個以上台灣美食販售攤位(須至少有一間台式飲品的店家，如台灣啤酒、臺虎精釀、珍珠奶茶等)，並提出預計

邀請之品牌或店家名單，吸引民眾駐足體驗。店家遴選及邀請，決標後由雙方共同規劃決定，並由廠商執行。

(6) 儲物及休息室

儲物空間須可放置 20 組紙箱，存放觀光宣傳文宣、喔熊人偶及贈品等，並有桌椅供人員休息；休息室應可容納 12 人以上表演團體，包含桌椅。

(7) 互動式集客活動

請提出 2 款可以吸引民眾至業者展區參觀或洽詢的集客活動(如：集章活動、抽獎等)，並設計及製作相關輸出物。

(8) 製作活動工作手冊

應於本會規定之時間內，提供包含現場設計、布置及人力配置等細節之工作手冊。

4. 專業靜、動態攝影

活動期間須安排專業攝影師進行影像紀錄

(1) 靜態攝影

每日至少 100 張，廠商應於當日活動結束後，立刻精選 10-15 張照片供新聞發稿使用，所有照片應於活動結束後一週內完整提供。

(2) 動態攝影(將公開播放，請確保錄影的肖像權益)

側錄台灣業者與民眾互動、民眾進行 DIY 體驗、觀賞表演等畫面，錄影畫面應依本會指定時間，以 mp4 或 mov 等格式提供原檔供新聞發稿用，另於活動結束後二週內提供剪輯為 30 至 90 秒之短影片。

※短影片範例參考連結(配樂可使用 wave of wonder English. Ver)：  
<https://drive.google.com/drive/folders/1u6A0Mj7Um61T3i1QHvn8rGMgFkGixQot>

5. 現場人力

(1) 活動期間配置現場營運總監至少 1 名，負責調配所有人力，隨時配合解決軟、硬體及器械操作等問題。

- (2) 舞台活動日文主持人 1 位(如有必要，可搭配中文 1 位)，報價應包含台本撰寫。
- (3) 工作人員 5-6 名，其中至少須 2 位諳中、日文，外籍工作人員以台灣籍為主。工作人員工作包含：活動秩序維護、環境整潔維持及防疫措施執行、協助台灣業者、互動體驗區引導協助、現場器材搬運、發送台灣觀光宣傳文宣等。
- (4) 專業設備操作人員如音控、螢幕操作等，報價應含專業設備操作人員器械及人力。
- (5) 現場進、撤場搭建所需人力。

#### 6. 防疫措施規劃

依活動舉辦之際，應配合日本政府最新防疫規範，規劃相關防疫措施，例如：準備酒精、定期消毒……等。

#### 7. 其他可增進本活動效益之提案（由廠商自由發揮提案）

參、 得標廠商得獲得承作本案大阪、福岡 2 場「台灣觀光 B2B 推廣會」現場人力需求之優先報價權。

肆、 投標截止日：2025 年 2 月 24 日(一)16 時(台灣時間)止

伍、 投標方式：

一、 本國廠商與外國廠商皆可參加投標，投標廠商均應以中文撰寫企劃書。投標時請檢附下列文件：

#### 1. 資格證明文件（若為日本廠商，以下證明得以日文提供）

- (1) 公司簡介
- (2) 公司登記或設立證明(影本)。
- (3) 最近一期營業稅完稅證明文件(影本)。

#### 2. 企劃書 6 份，內容應包含：

- (1) 2025 年西日本活動整體規劃內容說明及活動現場視覺設計。
- (2) 宣傳行銷規劃之具體執行方法及期程、合作對象和內容提案。
- (3) 活動地點提案、空間配置及現場設計和平面、3D 立體配置圖。
- (4) 活動內容提案。

- (5) 活動及宣傳行銷人力編組、工作進度管理規劃。
- (6) 活動預計來場人數及預期效益。
- 3. 報價單：須含「貳、需求說明」之各大項及細項(依廠商提案內容提報，如：人力費用、場地租金、設計費、搭建費、器材租用、與網紅合作費用.....等)，並請以**新台幣**含稅價格報價(單價可以日幣；總價須為新台幣)，並於報價單上加蓋**公司負責人印鑑章**。
- 4. 以往承辦相關工作／施工之實績。

以上文件請於 2025 年 2 月 24 日(一)台灣時間下午 4 時前以掛號寄達或親送至本會。

- 收件人：葉筑鈞
- 郵寄地址：台灣臺北市忠孝東路 4 段 285 號 8 樓之 1
- 電話：+886-2-2752-2898 分機 40
- E-mail：naomi@tva.org.tw
- 請於信封註記：**投標 2025 年西日本地區觀光推廣活動營運宣傳招標案**

※若為海外廠商投標，紙本資料繳交時間可以寄出時間之郵戳為憑，但仍須於截止時間前以電子檔案先行提交指定資料。

- 二、因本案為海外標案，本會得視狀況通知廠商親至本會或以視訊方式參加評選會議，符合資格之投標廠商均應派員參加，並以中文說明企劃內容，以日文說明者應請翻譯協助，在規定時間內完成簡報，投標廠商不得拒絕（評選日期另訂）。

#### 陸、評選標準：

本案為專業性勞務採購。評委將依照以下項目及比例於評選會上進行評比：

- 宣傳規劃(35%)
- 台灣觀光 Roadshow 規劃(50%)
- 過往實績(5%)

● 經費編列合理性(10%)

柒、 決標日期：另訂(不公告)。

捌、 其他：

- 一、全系列活動結束後 2 週內須繳交含效益結果之結案報告書乙份，結案報告書以日文撰寫亦可，指定格式將由本會提供。
- 二、活動結束後 1 週內應繳交所有活動現場拍攝之照片，2 週內提供剪輯影片電子檔，該影片應符合本會提出範例影片水準要求。
- 三、得標後規劃內容須配合本會進行修改至定稿，廠商須具備活動現場調整輸出之能力。
- 四、廠商資格證明文件，企劃書逾期送達者，取消參選資格，不符本須知所訂參選資格或所得不合須知規定者，取消參選資格。
- 五、參選廠商所寄(送)達之投標文件，除另有規定外，不得要求更換或補充任何資料，本會審查廠商投標文件時，發現其內容不明確、不一致或明顯打字或書寫錯誤情形者，得通知廠商提出說明，以確認其正確之內容。如係明顯打字或書寫錯誤且與標價無關者，得允許廠商更正。入選與不入選之企劃書等，本會均得就已開標部分，保留一份或僅保留影本，並不予退還。
- 六、本會不負擔企劃書撰寫及提送等一切費用。

玖、 特殊情況：

- 一、廠商執行本活動相關經費，應於事前告知本會，取得本會同意後，始得進行後續作業；反之，未經本會同意之相關作業支出，本會得拒絕支付，衍生之損失概由廠商自行負責。
- 二、如因天災、事變(如疫情)等不可抗力或不可歸責於本會與廠商等事由，致活動無法如期舉辦時，本會得依舉辦單位之通知展延履約期程，廠商應予配合，如無法配合，本會得逕行解除契約，不負任何賠償責任。活動如取消舉辦，廠商於接獲本會通知後，應儘速提供各項支出之明細(含截點、比例)並檢據送本會，經本會認可後支付相關費用。

三、本會如因故未能取得本案之委託時，本會應立即通知廠商，並保有解除契約之權利，不負任何賠償責任。

**壹拾、** 得標廠商應於議價後起至本會指定時間內與本會簽訂契約，逾期未簽訂者，視同放棄資格，1年內不得參與本會委託業務之甄選。但因其它非可歸責於該廠商之事由，可經本會另訂適當期限，而於期限內完成簽約者，不在此限。

**壹拾壹、** 本案招標業務內容之查詢，請洽鄧婷方小姐，電話 +886-2752-2898 分機 34。Email：[tiffanyteng@tva.org.tw](mailto:tiffanyteng@tva.org.tw)

# 2025 年西日本観光プロモーションイベント

## 運営及び業務に関する入札案

財団法人台湾観光協会（以下、本会）は、交通部観光署からの委託を受け、2025 年 6 月 26 日～7 月 1 日に九州及び関西で開催予定のプロモーションイベント(Roadshow)における広報、イベント実行、運営の業務の委託業者を募集します。入札の詳細は以下の通りです。

### 壹、委託業務：

#### I. 観光マーケティングイベントの運営、施工、プロモーション、マーケティング企画

##### 一、 目的：

リアルなマーケティングイベントを通じて、台湾観光の魅力を伝え、グルメ、自転車、鉄道、親切な国民性といった台湾観光の要素を最大限に活用し、イベント開催地の人々に台湾旅行を選んでもらうという目標を達成します。

##### 二、 イベントの概要：

###### 1. ビジュアルデザイン：

九州及び関西の人々を、一番効果的に惹きつけることができる要素やイメージを取り入れ、台湾観光署の「TAIWAN-Waves of Wonder」と「したいことぜんぶ！ビビビビ！台湾！」というスローガンを中心としたデザインとします。アウトプットされるデザインはイベント全体に使用され、台湾のドリンク王国・親しみやすさ・人情深さというイメージを全面に打ち出し、「台湾で一杯どう」というテーマで、実際に台湾でドリンクを楽しめるスポットやシーンを活用してイベント内容を企画/構築し、それをマーケティングやプロモーションにも応用します。

###### 2. プロモーション・マーケティング：

このイベントと台湾観光に効果的なプロモーション・マーケティング企画をご提案ください。提案内容には実施のスケジュール、露出時間、予想されるターゲット層、リーチ数、予想来場者数などを含め、ターゲットに最もリーチし、日本人客の台湾観光誘致に最も効果的なチャンネルに配置してください。

### 3. イベントの形式：

6月28、29日の2日間、関西エリア(京都／大阪／神戸)及び福岡エリアで開催されるリアルイベントとなります。内容には、関西と福岡で各2カ所(計4カ所)の適切な会場の提案、イベントの実施内容(例：インフルエンサーを起用したPR動画またはイベント出演、参加型体験など)、現場運営スタッフの数や配置、イベントフロア配置計画、ビジュアルデザイン等が含まれます。

※提案の形式は問いません。詳細な仕様については下記の「式、要求される項目」を確認してください。

※日程は暫定とし、本会の最終的な決定に基づき調整します。

### 三、 予算：

イベント会場の現場運営及び設営費、イベント全体のメインビジュアルデザインなどの実行費用、会場利用料を除くプロモーション・マーケティング費用を含めた最終的な実行経費は総額 330 万新台湾ドル(税込)とし、費用は最終的に本会の会議で決定されます。

## 貳、 要件の内容

### 一、 観光マーケティングイベントデザインの主軸

台湾は茶、酒、コーヒー、ハンドシェイクドリンク(タピオカミルクティーなど)などのバラエティー豊かなドリンクが揃う、世界的なドリンク王国でもあります。そこで、「台湾で一杯どう」を主軸に「ビビビビ!台湾!」及び「TAIWAN-Waves of Wonder」のブランドカラーやグラフィックを視覚的に組み合わせ、現地で実際に「一杯飲む」場所

(例：台湾居酒屋、ハンドシェイクドリンク店、カフェ、茶芸館など)をテーマに会場の設営を行い、イベント前のプロモーションにも活用してください。素材とその使用規範は以下をご参照ください。

ビビビビ！台湾！」:

[https://drive.google.com/drive/folders/1gm4kultiisvWvgmFOPNBhQ5S08TM\\_iU\\_h](https://drive.google.com/drive/folders/1gm4kultiisvWvgmFOPNBhQ5S08TM_iU_h)

台湾観光 3.0 「TAIWAN-Waves of Wonder」:

[https://drive.google.com/drive/folders/1h9eVJkfIV7JdO08gq3po3kbZSaZr\\_aU\\_](https://drive.google.com/drive/folders/1h9eVJkfIV7JdO08gq3po3kbZSaZr_aU_)  
台湾で一杯どう？

<https://docs.google.com/presentation/d/1KZYmVOjah05m5Lj-PyO8Oj6H948z9DkU/edit?usp=sharing&ouid=116441047859909869629&rtfpof=true&sd=true>

※素材は許可なく他の場面で使用しないでください。

ニ、プロモーション・マーケティング：リアルイベントへの来場者を増やし、台湾観光の知名度を拡大することを目的とし、イベント前、イベント中、イベント後にテーマに沿ったプロモーションを行います。

(1) 時期：イベント実施前のプロモーションは最低1ヶ月前に開始してください。(異なるメディア毎に、予算に応じてプロモーション期間を設定可)

(2) プロモーションチャネル：

- a. TV 広告、SNS、電車、3D ビデオウォール、デジタルサイネージ、イベント会場の広告スペース/ボードなど。また、イベント会場や台湾への観光客誘致のための、国境を越えた協力なども利用可能です。
- b. 事前のニュース報道(有名な新聞やテレビメディア)および活動成果に関する後続の露出。
- c. インフルエンサーを使ったプロモーション：台湾観光のメインテーマに合ったインフルエンサー1~2名(フォロワー数

20万人以上)に、事前にSNSなどのストーリーや投稿を使ってイベントの告知をしてもらい、イベント本番でも会場で講座や体験型イベント(形式不問。業者側よりご提案ください)に参加し、その後インフルエンサーに自身のチャンネルで、会場の様子や動画などを投稿してもらい、その閲覧数などのデータを記録してください。

- (3) ターゲット層：日本の若い層(20～49歳)を中心に、シニア層までを対象とします。
- (4) プロモーションプラン：委託業者は、ターゲット層予想、実施のスケジュール、広告の露出時間帯、ビジュアル(バナーなど)デザインと予測されるリーチ数・効果等を具体的に提案し、最終報告書に実際の宣伝効果やインフルエンサーのリーチ率等の成果を記載してください。

### 三、リアルイベント：

福岡及び関西エリア(京都／大阪／神戸)で1回ずつ、計2回開催します。スペースをフレキシブルに活用できる適切な会場を選び、無駄な空間をつくらないようにしてください。リアルイベント会場のデザインは、メインビジュアルに基づいて拡張され、人々が足を止めて見たり体験したりできるようにして、SNSを使って積極的に宣伝するとともに、インタラクティブなテクノロジー体験を企画(例：スタンプラリー、テクノロジーで体験する台湾観光の魅力等、自由にご提案下さい)して、イベント会場の各エリアに人々が興味を以て足を運んでもらえるようにします。

両会場のリアルイベントの時間と要望は以下の通りです。

#### 1. 時間：

- (1) **福岡**：2025年6月28(土)または29(日)、11：00-17：00。
- (2) **関西**：2025年6月28(土)または29(日)、11：00-17：00。

※イベントは2か所でそれぞれ1日ずつ開催されますが、開催日時は本会の最終決定に基づき調整させていただきます。

2. 場所：福岡及び関西の2か所。同時に200人以上収容可能で、以下の要件を満たしている場所。室内または半屋外スペースを選択できますが、屋外の場合、業者は雨天時の対応を準備し、各会場に対して2つずつ案を提出してください。

3. 空間の企画、ハードウェアの構築、イベント内容の企画・実行：

(1) ステージエリア

a. 合計8人以上のダンスや音楽系のパフォーマンスグループ（パフォーマンスは本会が提供）が収容できるステージで、ダンスパフォーマンスに合わせて集客効果を得るため、映像が再生できる大型スクリーンまたはLEDが設置され、基本的な音響設備が含まれていること。ステージ前には、観客が50人以上が立って観覧できるスペースがあること。

b. また、お茶やワインの試飲、歌のパフォーマンス、料理教室、趣味やインタラクティブゲームなど、人々を惹きつけることができるステージイベントを2種類ご提案ください。集客のためのインフルエンサーの起用は、事前プロモーションと連動させてください。

(2) 台湾観光情報カウンター

10～15種類以上の観光パンフレットを置くことができ、2～3人が立てるスペースがあり、スタッフが台湾観光情報を配布できるカウンタースペース。

(3) 出展者ブース

約20～30社の台湾企業が（座席を含む）を出展し、情報発信や日本の人々との交流を行うことができるブース。

(4) インタラクティブ体験ゾーン（「文化体験」&「テクノロジー体

験」が含まれる)

- a. 文化体験：内容は本会が提供し、1回あたり8～12人が参加できるテーブルと椅子が備わったスペースで、最低1日3回実施してください。具体的なスペースの配置は、本会が提供するコンテンツに基づいて調整してください。
- b. テクノロジー体験：「台湾で一杯どう」のテーマに沿って、テクノロジーを使ったインタラクティブゲームを計画し、設置/レンタルしてください。例：ARのタピオカミルクティーシェイク体験など。

#### (5) 販売エリア：物販または美食体験

敷地内に、少なくとも7つの台湾料理屋台(最低1店舗の台湾ドリンク店が必要。例：台湾ビール、臺虎精釀、タピオカミルクティー等)を用意し、人々に興味をもって体験してもらうため、推薦するブランドや店舗のリストを提出してください。店舗の選定・招聘は、最終入札後に双方が企画、決定し、業者が実施します。

#### (6) 物置及び休憩室

物置スペースには、観光パンフレット、オーベアフィギュア、景品などを収納する段ボール箱20セットが収納でき、スタッフが休憩できるテーブルと椅子を設置してください。休憩室には、テーブルと椅子を含め12名以上のパフォーマンスチームが収容できるスペースを確保してください。

#### (7) インタラクティブな集客イベント

来場者を惹きつけ、出展者ブースに誘導して参観や相談につなげるための集客イベント(例：スタンプラリー、くじ引き等)を2種類提出し、関連するアウトプット資料をデザイン・製作してください。

(8) 作業マニュアルの作成

会場のデザイン、レイアウト、人員の配置等の詳細が含まれる作業マニュアルを、本会が指定した期限内に提出してください。

4. プロによる静止画及び動画撮影

イベント中の映像を記録するため、プロのカメラマンを手配してください。

(1) 静止画撮影

一日あたり少なくとも 100 枚の写真撮影して、当日のイベント終了直後にプレスリリース用に 10~15 枚を選出し、イベント終了後 1 週間以内に全ての写真を提出してください。

(2) 動画撮影(映像は公開される予定ですので、録画に関する肖像権を必ず確保してください。)

台湾企業と一般参加者の交流、一般参加者の DIY 体験、パフォーマンス等を記録し、その映像は本会が指定した時間に従い、mp4 または mov 等の形式でプレスリリース原稿用として提出し、イベント終了後 2 週間以内に 30~90 秒のショート動画を提供してください。

※ショート動画の参考はリンク先をご参照ください。(サウンドは wave of wonder English. Ver を使用してください。):

<https://drive.google.com/drive/folders/1u6A0Mj7Um61T3i1QHvn8rGMgFkGixQot>

5. 現場スタッフ

- (1) イベント期間中、少なくとも 1 名の現場運営マネージャーを配置し、全てのスタッフの調整を担当してもらい、ソフト/ハードウェア及び機器の操作に関する問題を随時解決してもらいます。
- (2) ステージイベントでは、日本語司会者 1 名(必要に応じて中国語司会者 1 名)を準備し、見積書には台本作成も含めてください。
- (3) スタッフは 5~6 名とし、うち 2 名以上は中国語と日本語が堪能

であること、外国籍スタッフは主に台湾人であることとします。スタッフの業務内容は、イベントの秩序の維持、整頓された環境の維持、防疫措置の実施、台湾人事業主の補助、体験コーナーでの案内や補助、会場内の備品や設備などの移動、台湾観光に関するプロモーション資料の送付等が含まれます。

(4) 音響制御やスクリーン操作等の専門的な設備のオペレーターの場合、専門設備操作スタッフ、機器、人件費を見積もりに含めてください。

(5) 現場での搬入、設置、撤収に必要なスタッフ。

#### 6. 防疫措置

イベントを実施する際、日本政府の最新の防疫措置規定に従い、消毒用アルコールの準備や定期的な消毒等、関連する防疫対策をしてください。

7. その他、本イベントの効果を高めるための提案。(自由にご提案ください)

**参、** 落札者は、大阪及び福岡の2会場で開催される「台湾観光 B2B プロモーション会」の現場スタッフの人員確保における、見積もりの優先交渉権を得ます。

**肆、** 入札締め切り日：2025年2月24日16時(台湾時間)まで

**伍、** 入札方法：

一、国内業者、海外業者を問わず入札に参加できます。但し、提案書は繁体字中国語で作成してください。また、入札の際は以下の書類を添付してください。

1. 資格証明書類（日本企業の場合、以下の証明書は日本語での提出が可能となっています。）

(1) 会社概要

(2) 会社登記または設立証明書（写し）

(3) 直近の営業税（消費税）納付証明書（写し）

2. 企画書 6 部。尚、以下の内容が含まれること。

- (1) 2025 年の西日本イベントにおける総合的な企画内容とイベント会場のビジュアルデザインについての説明。
- (2) プロモーション・マーケティング企画の具体的な実施方法、スケジュール、協力先、コンテンツの提案等。
- (3) イベント会場の提案、空間構成、会場デザイン、平面図、3D 立体配置図。
- (4) イベント内容の提案
- (5) イベントやプロモーション・マーケティングの人員編成、作業進捗管理プラン。
- (6) イベントの予想来場者数及び期待される効果。

3. 見積書：「式、要求される項目」に記載されている全ての要件や詳細(業者の提案内容に基づく、人件費、会場レンタル費、設計費、設営費、機材レンタル費、インフルエンサー委託費など)を記載し、見積金額を新台幣ドル (税込) で計算 (単価部分は日本円で記入可、合計金額は台湾ドルで記入) し、**会社責任者印を押印してください。**

4. 過去に請け負った関連業務/施工の実績

以上の書類を 2025 年 2 月 24 日 16 時 (台湾時間) までに書留または直接本会までお届け下さい。

- 担当：葉筑鈞 宛て
- 送付先住所：台湾台北市忠孝東路 4 段 285 号 8F 之 1
- 電話：+886-2-2752-2898 内線 40。
- E-mail：naomi@tva.org.tw
- 封筒に明記する事項：**2025 年西日本エリア観光促進イベント運営及びプロモーション業務に関する入札案**

※海外業者が入札する場合は、紙媒体資料の提出期限は発送時の郵便局の消印を以て証明としますが、締め切り前に指定された資料を電子ファイルで先に提出してください。

- 二、本案件は海外の入札案件であるため、本会が状況に応じて直接またはビデオによる評価・選定会議への出席要請を通知することがあります。この場合入札業者は、担当者の参加及び中国語での企画内容の説明、もしくは日本語での説明の場合は通訳の手配が必要となります。また、指定された時間内にプレゼンを完了して頂き、入札業者はこれを拒否することはできません。(評価日程は別途指定)。

**陸、 評価基準：**

本案件は、専門的な労働力の調達となります。また、評価委員が以下の項目と割合に基づいて、評価・選定会議で評価を行います。

- プロモーション企画(35%)
- 台湾観光 Roadshow 企画(50%)
- 過去の実績(5%)
- 費用編成の合理性(10%)

**柒、 落札決定日：別途決定(非公表)。**

**捌、 その他：**

- 一、全ての関連イベント終了後、2週間以内に効果の結果を記載した報告書を提出してください。報告書は日本語でも可とし、本会が所定のフォーマットを提供します。
- 二、イベントの現場で撮影した写真はイベント終了後1週間以内に、動画の電子ファイルは編集して2週間以内に提出してください。また、動画は本会の提示したサンプル動画の基準を満たしていることとします。
- 三、落札後、本会に従って企画内容を修正・確定し、業者は現場でこれを調整する能力があることとします。
- 四、業者の資格証明資料及び企画書が期限を過ぎて到着した、または本要

綱に定められた選考資格/規定に沿っていない場合、選考資格は取消しとなります。

五、参加業者が送付（届け出）した入札書類は、別段の定めがない限り、資料の差し替えや補充は行わないものとします。また、本会による入札書類の審査で、内容が不明確、一貫性が無い、明かな誤記・誤植が認められた場合、業者に対して説明を求め、その内容の正確性を確認する場合があります。明かな入力・記入ミスで価格に関係がない場合は、業者側の訂正を認めることがあります。落札の有無に関わらず、本会は開票済みの入札書の原本1組または写しを保管し、返却しないものとします。

六、本会は、企画・提案書の作成及び送付にかかった費用は一切負担しません。

#### 玖、 特殊な状況の場合：

一、業者は、本イベントの実施に係る経費について、事前に本会に通知し、本会の同意を得た上でその後の運営を進めてください。逆に本会は、本会の同意なしに発生した費用の支払いを拒否することができ、発生した損失については、業者が単独で責任を負うものとします。

二、天災、事変（パンデミック等）の本会または業者等の責任に拠らない不可抗力によってイベントが予定通りに開催できなかった場合、本会は主催者からの通知によって、契約期間を延長することができ、業者はこれに協力するものとします。しかし、協力が不可能な場合、本会に賠償責任はなく、直接契約を解除することができるものとします。イベント開催が中止となった場合、業者は本会からの通知を受領後に支出経費の内訳（締切、割合等）を提示し、領収書を本会に送付してください。本会の承認後に、当該経費の支払いが行われます。

三、本会が何らかの理由により本案件の委託を受けられなかった場合、本

会は直ちにその旨を業者に通知し、如何なる補償責任も負うことなく、契約を解除する権利を留保するものとします。

**壹拾、** 落札業者は、価格交渉後、本会が指定する期限内に本会与契約を締結することとし、期限を過ぎても契約が締結されない場合は資格を放棄したと見做され、むこう1年間、本会の委託業務の選考に参加できないものとします。但し、業者の責に帰しない事由による場合、本会が別途適切な期限を定めることができ、その期限内に契約が完了した場合はこの限りではありません。

**壹拾壹、** 本件の入札業務内容に関するお問い合わせは、担当の鄧婷方までご連絡下さい。電話 +886-2752-2898 内線 34。Email: [tiffanyteng@tva.org.tw](mailto:tiffanyteng@tva.org.tw)