

仕 様 書

1. 業務名

「ドイツ市場に対する戦略的観光プロモーション」

2. 実施時期

契約締結の日～平成31年3月22日（金）

3. 業務の目的

現在、国では訪日外国人旅行者数 2020 年 4000 万人、訪日外国人旅行消費額 2020 年 8 兆円等の新たな目標を掲げ、戦略的に取り組んでいるところであり、テーマ性・ストーリー性を持った魅力ある観光地域のネットワークを強化し、訪日外国人旅行者の滞在日数にあわせた広域観光周遊ルートの形成により、訪日外国人旅行者の周遊を促進し、もって地域の活性化を図ることとしている。

これまで、（一社）せとうち観光推進機構（以下、機構という。）では、重点市場であるドイツにおける瀬戸内の認知度を向上させ、誘客につなげていくために、現地の旅行専門のマーケティング会社（エージェンシー）を活用し、瀬戸内地域の認知度向上並びに瀬戸内地域への誘客を図ってきた。

ドイツからの誘客をさらに強化するため、これまでの取組により構築されたネットワーク等を基礎に、ドイツ市場に向けたマーケティング・プロモーションを強力に展開する。

4. 業務の内容

旅行会社向け（BtoB）の観光展である「ITB Berlin 2019」への出展や、ドイツの旅行会社及びメディア関係者の招請ツアーを実施し、旅行商品の造成や現地メディアでの露出等、具体的な成果につなげるほか、機構が海外市場に対するマーケティング、プロモーションに関して業務提携をしている事業者（以下、「戦略的業務提携パートナー」とする。）の有する現地の旅行専門マーケティング会社とのネットワーク、専門的知見を活用し、ドイツ市場に対し、効果的にプロモーションを行うもの。

I 「ITB Berlin 2019」出展業務

「ITB Berlin 2019」の会場内において、出展ブースを1ブース分（間口1.65m×奥行1.65m×高さ1.2m程度）設営し、出展期間中の管理・運営を行うこと。なお、出展資格を得る費用及び出展に要する費用については、本事業の経費として算入すること。

事業費は1,025千円（消費税及び地方消費税を含む）程度を想定している。

（a）期間

未定（3月上旬）

（必要に応じて前泊または後泊を設定することも可）

（b）場所

未定

（c）業務内容

① ブース管理

出展期間中、ブースの運営に必要なドイツ語通訳兼管理責任者1名以上を配置すること（人数については、提案とする）。

② 必要機材等

出展者名表示板、パラペット、サイド・バックパネル、商談用テーブル、椅子、カタログホルダー、追加照明、電源コンセント、無線LAN環境等、出展に必要な機材等について企画提案し、調達と提供を行うこと。

③ 国際運送等

関係資材等を梱包した荷物（重量20kg程度×5梱包）の日本国内から会場までの国際運送手配、通関、検疫等現地での収受、開封、ブースへの運搬、配置等、事業の円滑な実施に必要な経費について本事業の経費に算入すること。

④ 商談資料の作成

瀬戸内地域の美しい景観や豊かな食文化、各観光地の魅力やモデルコース、交通機関等のアクセス情報等について効果的にPRできるドイツ語のプレゼンテーション用資料を必要部数作成・印刷して準備すること。

⑤ その他

現地主催者等との連絡調整等を行うとともに、出展者IDの発給申請等、出展に必要な諸手続の代行及び現地での連絡手段等の提供を行うこと。

本出展業務の実施に当たっては、必ず機構へ事前確認を行ったうえで、手配等をすすめること。

II 瀬戸内地域への招請業務（旅行会社及びメディア）

ドイツ現地の旅行会社及び旅行関連メディア関係者を招請し、瀬戸内地域の観光資源等の魅力を紹介するツアーを企画提案し、実施すること。

なお、ツアーの企画については、海外の先進的なDMOの参考事例を明記したうえで、それを踏まえた手法により実施すること。

また、ツアーの企画にあたっては、自社が有するリレーションに限定されることなく、幅広いサプライヤー（観光施設や宿泊先等）と連携し、サプライヤー側の視察受入にあたってのしっかりとした準備（施設を説明するスタッフの配置など）や費用面を含むタイアップなど、ツアー効果をより高めるための方策を提案し、実施すること。

行程を含め、具体的な手法等については、機構及び戦略的業務提携パートナーと協議のうえ決定すること。

事業費は4,731千円（消費税及び地方消費税を含む）程度を想定している。

(a) 実施時期

- ①旅行会社 平成30年11月～12月
- ②メディア 平成30年8月～平成31年3月

※上記日程は予定であり、変更する場合がある。

(b) 実施期間

①旅行会社 5泊6日以上（必要に応じて前泊または後泊を設定することも可）

②メディア 4泊5日以上（必要に応じて前泊または後泊を設定することも可）

※後述のとおり、「①旅行会社 5泊6日以上」の行程については、ゴールデンルートからのエクステンションとして、2泊～3泊で巡れる瀬戸内のツアーを2本組み合わせ合わせた行程で実施する。

(c) 視察行程、商談会への参加

- ・旅行会社とメディア関係者の行程は、それぞれ別行程とし、以下の行程の考え方に基づいて、観光資源の魅力を体感できる行程を各々企画提案すること。

※行程の考え方（例）

ア) 旅行会社については、瀬戸内国際芸術祭、ラグビーワールドカップ、オリンピック等、今後の旅行需要を見越し、ゴールデンルートからのエクステンションとして、2泊～3泊で巡れる瀬戸内のツアー2本の組み合わせとすること。その際、旅行会社及びメディアともに、ドイツ市場の顧客の趣味嗜好、旅行形態や流通状況、その他特色を踏まえたツアーとすること。

イ) メディアについては、これまでドイツ市場の雑誌やメディア等で取り上げられたことのない地域や良く知られていない地域であっても、ドイツ市場に訴求力を有すると考えられる観光地については、積極的に視察に取り入れ、かつ、ひとつの場所で十分な視察時間を確保できるようにすること。

- ・特に旅行会社については、旅行商品化を意識した行程とするとともに、宿泊施設の視察を取り入れるなど、商品造成、販売に効果的なものとすること。

- ・旅行会社については、ツアー中に午後半日間（11月下旬頃 松山市内での実施を予定）、瀬戸内地域の宿・体験コンテンツなどサプライヤーとの商談会・交流会を設定する予定であり、機構が当該商談会・交流会の運営のために別途指定する事業者と連携し、被招請者を商談会・交流会に参加させること。

※商談会・交流会自体への参加費については、本事業においては計上する必要はないが、会場までの交通手段や当日の宿泊及び昼食代については、本事業において確保し、計上すること。

・視察先の予約、取材許可及び入場料体験料等の支払いを必要人数分行うこと。

(d) 招請人数

①旅行会社4社(4名)以上及び機構の指定する現地旅行専門マーケティング会社1名

②メディア2社(2名)以上及び機構の指定する現地旅行専門マーケティング会社1名

※被招請者については、戦略的業務提携パートナーの有するネットワークを活用し、被招請者を選定する。

(e) 宿泊

旅館の場合は1部屋1名の夕朝食付き、ホテルの場合は1部屋1名の朝食付きを原則とする。

(f) 利用航路

現時点において、国際航空券については、機構で別途調整(ドイツ市場の航空会社等とのタイアップ)しているため、被招請者1名あたり65,000円を計上すること。

ただし、瀬戸内地域までの移動に要する国内線等については、手配が必要であり、経費に含めること(国際線の発着は東京の想定で計上すること)。

(g) 移動手段

移動手段に車両を使用する場合は、専用車両を原則とすること。

(h) 通訳・案内等

ドイツ語の通訳案内士1名以上を手配し、被招請者の当該地域でのツアーに同行させ、通訳案内業務を行わせること。

また、ツアー中商品造成やメディア露出に有用な情報を適宜提供するため、瀬戸内地域のことを熟知した者により案内できるような体制を整えること。

なお、通訳案内士は、ツアー実施前に機構及び戦略的業務提携パートナーと事前確認のためのミーティングを行うこと。

(i) 資料パックの作成

視察地の情報等を集約したドイツ語の資料を必要部数作成・印刷して準備すること。また、(d)記載の今回のツアー行程及びそれをもとにしたサンプル行程等を検討し、資料パックに含めること。

(j) アンケート調査の実施

招請した旅行会社・メディア関係者に対し、訪問した観光地の評価等を内容とするアンケート調査を実施し、本事業の効果を調査・分析するとともに後記の実施報告書の中でとりまとめること。

アンケート調査の実施にあたっては、機構及び戦略的業務提携パートナーと事前

に調整すること。また、アンケート調査結果の日本語への翻訳を行い、後記の実施報告書に盛り込むこと。

(k) フォローアップ

・招請ツアー後に旅行商品化及びメディア露出されるよう、被招請者に対して継続的にフォローアップを行うこととし、商品の造成状況等について、後記の実施報告書によりとりまとめること。

・本事業の効果には、被招請旅行会社によるツアー商品造成本数、ツアー送客人数、被招請メディアによるメディア掲載本数・放送回数、媒体接触者数、広告費用換算等の成果を示す指標となる情報を記載すること。

(l) ホスピタリティ

海外の先進的なDMOの事例を参考に、ツアーを通じて、被招請者の送客意欲の向上に寄与できるよう、被招請者へのホスピタリティを大切にするとともに、より効果的に瀬戸内地域を印象づけることができる企画を提案し、実施すること。実施内容については、機構及び戦略的業務提携パートナーと協議のうえ、決定すること。

- (例) ・瀬戸内地域の視察ツアー中に、瀬戸内を印象づけるイベントの実施
- ・ウェルカムギフト、メッセージカードの手配
 - ・瀬戸内地域の魅力を訴求できるPRツールの製作 など

(m) その他

・被招請者に対して、心のこもった接遇や対応など、おもてなしを心がけること。招請及び事前・事後の連絡調整に要する費用、専用車両の乗務員に係る宿泊・食事に要する費用、有料道路等利用料・駐車料金、1人1台のWi-Fiルーターの手配、車中での飲料水、視察施設等の入場料や参考資料の購入・翻訳及び保険等の備えを事前に行なうこと。

・また、招請ツアー中の万一の事態や第三者に対する損害を補償すべき責に対し、対応可能な備え事前に行うこと。

Ⅲ ドイツ現地での情報発信・情報収集

戦略的業務提携パートナー及び現地旅行専門マーケティング会社を通じて、ドイツの旅行会社や旅行関連団体、メディア等を対象にしたワークショップやセミナー等を実施し、瀬戸内エリアの認知度向上につながる情報発信等を行うとともに、現地の訪日旅行動向の情報収集等を行うこととしており、これらの業務が円滑に実施できるよう所要経費の支出を行うとともに、機構が現地に提供する観光情報の収集等について、支援すること。

<実施内容>

※戦略的業務提携パートナー及び現地旅行専門マーケティング会社が実施する以下の業務を支援する

- ①旅行会社に対する定期的なセールスコールの実施
- ②旅行会社とのタイアップの実施
- ③旅行会社対象のセミナー・ワークショップ等の教育プログラムの実施
- ④メディアに対する定期的なプレゼンテーションの実施
- ⑤メディアに対するタイアップの実施
- ⑥旅行業界及び一般向けの旅行フェア等での出展広報の実施
- ⑦現地旅行会社・メディアの訪日視察時のサポート
- ⑧旅行商品造成・送客やメディア露出へのフォローアップ
- ⑨造成商品、送客人数、メディアへの露出状況、広告換算等の機構への報告 など

(a) 業務内容

現地活動経費の支出

戦略的業務提携パートナー及び現地旅行専門マーケティング会社が上記の業務実施に要する経費を事業に計上するとともに、支出すること。

なお、業務実施に要する経費は14,212千円（消費税及び地方消費税を含む）を想定しており、毎月の支払いのほか、随時の支払いが必要になる場合がある。

(b) 情報収集

現地旅行会社、メディア等の要望を受け、機構が現地に提供する観光情報、写真の収集等について、サポートすることとし、受託者において提供可能な情報や効果的な情報収集手法等、支援できる内容を企画提案し、実施すること。

5. 留意事項

(1) 航空券等の所要経費について

上記Ⅰの業務に従事する機構職員2名分の派遣費用（国内・国際航空運賃、空港施設利用料、その他のチャージ）を所用経費に算入すること（同一の職員が参加する、一連の行程のものとして計上すること）。なお、航空機はエコノミークラスの利用を原則とする。

(2) 宿泊について

上記Ⅰの業務に従事する機構職員2名分の宿泊は、8泊以下とし、機構職員2名分の宿泊については1部屋1名、朝食付きを原則とし、現地における宿泊場所の手配について必要な手続きを行うとともに、所要経費に算入すること。なお、宿泊代金の上限等については、国で定める外国旅行の旅費（1名あたり16,100円／泊）を上回らないこと。

(3) 情報通信端末の手配について

上記Ⅰの業務に従事する機構職員が効率的に情報収集、情報発信を行えるようにモバイル端末が常時インターネットに接続可能となるよう情報通信端末2台を手配する

こと。

6. 報告書の提出

- (1) 提出物 事業実施報告書（A4判） 9部
- (2) 提出場所 一般社団法人せとうち観光推進機構
- (3) 提出期限 平成31年3月22日（金）

なお、報告書の作成にあたっては、以下について留意のこと。

- ① 事前に監督職員の承認を受けること。
- ② 事業実施状況等をわかり易く編集すること。
- ③ 事業実施による効果を調査し、取りまとめること。

7. その他

- (1) 機構と十分協議しながら事業を進めること。
- (2) 事業の実施にあたっては、「Japan. Endless Discovery.」のロゴマークを使用すること。
- (3) 機構のインバウンド向けロゴ及びタグライン（REFLECTION TRIP）を使用すること。