

仕 様 書

1. 業務名

欧米豪からの訪日旅行者の滞在と周遊を促進する「売れる」コンテンツの企画開発・流通環境整備事業

2. 実施時期

契約締結の日～令和4年3月18日（金）

3. 事業の目的

・背景)

現在、国では訪日外国人旅行者数2030年6000万人、訪日外国人旅行消費額2030年15兆円等の目標を掲げ、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。

機構においては、広域周遊観光促進に向けた戦略的な取組を実施しているが、新型コロナウイルス感染症（COVID-19）（以下「感染症」という。）拡大の影響により旅行需要が落ち込んでいる中、コロナ禍を踏まえた、新たな観光需要の創出を目指した取組が求められている。

・課題と求められる取組)

感染症拡大以前のせとうちエリアにおいては、宮島や姫路城といった世界遺産を中心とした有名なコンテンツに訪日外国人が集中しており、域内周遊観光に課題がある。将来、せとうちエリアがコロナ禍からのインバウンド回復、反転攻勢に備えるためには、そういった有名なコンテンツ以外に訪日外国人旅行者がその地を訪れたい、魅力的な滞在コンテンツの発掘はもちろん、コロナ禍に訪日外国人観光客が求める「売れる」コンテンツの要素を明らかにすることが必要である。そこで、既存コンテンツに関してはその「売れる」要素を備えるような見直しを行い、並行して新たなコンテンツの企画及び発掘に取り組むことで、「新しい旅のスタイル」を満たすような、Traveler Experience（旅行者の体験そのものを「価値」として提供する取組。TX。）を向上させていく必要がある。

また、地域のサプライヤーに対し「新しい旅のスタイル」に対応したこれから求められるコンテンツを地域で自発的に開発される機運醸成を目的としたスキルアップセミナー、マーケットから強く求められているガイドの機能強化及びネットワーク化を目的とした講座などの受入体制（環境）の整備もかかせない。

更に、ツアーオペやトラベルエージェント等に対するサプライヤー等の事業者が提供している商品等の仕入れ先であるランドオペレーター、DMC等（以下、ランオペ等。）を瀬戸内エリアで発掘し、ネットワークを強化することで、ゴールデンルートに備わっているような「開発したコンテンツを市場に届ける仕組」を構築し、旅行商品流通環境の整備を図る。

上記の「滞在コンテンツ造成（企画及び発掘）」「受入環境の整備」「旅行商品流通環境整備」を、訪日需要を見据えた反転攻勢の取組として実施することにより、地域への誘客力の強化を図り、地域での消費拡大を促す。

4. 業務の内容

本事業のターゲットとなるマーケットのニーズを把握した上で、重複エリアのある他の広域連携DMOと連絡・調整を図りつつ、地域DMO及び地域連携DMO（以下、地域DMO等）、自治体、事業者等の多様な関係者と連携及び役割分担をしながら、以下のⅠ～Ⅲ（6つの実施内容）の各項目を実施する。

I. 滞在コンテンツの造成

<実施内容>

① 「売れる」コンテンツの評価・検証

コロナ禍による旅行ニーズやスタイルの変化を捉え、「マーケット・イン型」の既存コンテンツの磨き上げ及び発掘につなげるため、欧米市場のネットワークやランオペ、DMC等を活用し本事業のターゲットに向けた旅行商品を造成する際の課題等を市場別（米、英、仏、独、豪）に抽出し、コロナ禍に求められる「売れる」コンテンツの要素の評価・検証を行う。

② 既存コンテンツの磨き上げ及び新たなコンテンツの発掘、タリフの作成

これまでマーケットニーズを反映させたコンテンツ開発に取り組んできたが、コロナ禍においてはマーケットがコンテンツに求める要素も大きく様変わりしている。まず、機構が過年度に開発した既存コンテンツに対して、継続的な販売が可能であるか等の状況を確認し、（Setouchi Reflection Tripに掲載コンテンツの内、およそ109件程度。）①の評価・検証（売れるコンテンツに求められる要素）に基づいた「売れる」要素を備えられるよう対象コンテンツの磨き上げを行う。また、企画・発掘した新たなコンテンツを中心的な対象とした欧米豪のランオペ等による外国人目線を取り入れたモニターツアーで課題を抽出し、その変化したニーズを反映させたコンテンツの改修及び新たなコンテンツの企画・発掘を行う。なお、上述の磨き上げた既存コンテンツを、このモニターツアーの対象として一部組み込むことも可とする。

また、既存コンテンツ及び企画・発掘したコンテンツをタリフへとりまとめ、日本語、英語、仏語、独語の4言語で仕上げる。なお、取りまとめたタリフは機構のインバウンド向けサイト（Setouchi Reflection Tripを想定）やOTA等に掲載できるようにし、欧米豪市場の販売に強い旅行会社やランオペ等の商品に組み込まれやすい環境を整備する。（※タリフ掲載の詳細に関しては事業Ⅱの③（Setouchi Reflection Tripの整備）で後述する。）

加えて、欧米豪に強い旅行会社やランオペ等に対して販売促進活動を実施すること。

なお、事業実施にあたり、専門家は必要に応じて現地に入り、コンテンツ候補の事業者や自治体、地域DMO等にアドバイスをを行い、地域に伴走しながらコンテンツ企画・発掘を行う。なお感染症拡大の状況等を鑑み、オンライン等を活用した実施手法を組み合わせることも可とする。

<詳細及び留意事項>

- ・ モニターツアーの視察地）瀬戸内7県（兵庫・岡山・広島・山口・徳島・香川・愛媛）とし、企画・発掘を行った新たなコンテンツをメインにエリア内を効率よく周遊する。（磨き上げた既存コンテンツの改修度合い等により、磨き上げた既存コンテンツを行程に含めモニターツアーでテストマーケティングを実施する可能性もある。）
- ・ 招請者）欧米豪（米、英、仏、独、豪）の各市場に精通した4事業者（全4名程度）とする。なおモニターツアーについては具体的なツアー行程の提案ではなく、より検証効果が上がるようなツアーの設計手法について企画・提案をすること。
※招請者の選定にあたっては、実際に当該業務の目的達成のために必要な経験を積んだ者を選定することとし、事前に機構と協議の上で決定すること。
- ・ モニターツアー検証結果の取りまとめを行う担当者をツアーに随行させること。
- ・ 受託事業者自体にコンテンツ造成を行える人材がいる場合、社内からの専門家の選出も可とする。

- ・瀬戸内地域内での移動は視察地（コース）を効率的に訪問できるよう、公共交通機関や専用車両の利用を基本とすること。なお、クルーズやサイクリング、レンタカードライブ等、移動手段が観光コンテンツを兼ねるケースも想定し企画すること。
- ・その他、関係者との間でモニターツアーの催行に必要な事前調整を十分に行うこと。
- ・検証する項目について、被招請者に対して実施するヒアリングやアンケート調査などの検証方法や内容について、より効果的な内容となるよう検討すること。
- ・モニターツアーの行程上必要となる移動手段や宿泊、コンテンツ等について手配するとともに、ツアー催行に必要な費用について本事業費に含めること。（想定例：有料道路の利用料や駐車料金、コンテンツの体験費用や施設入場料、参考資料の購入、ツアー参加中の万一の事態へ対応する保険等、ツアーの円滑な実施に必要な経費その他ツアー催行に伴う費用 等）
- ・機構職員（1名随行分）に関する費用を本事業費に含めること。
- ・瀬戸内地域に招請する際の利用航路は定期航空路線を利用し、航空機はエコノミークラスの利用を基本とすること。
- ・被招請者に通訳が必要な場合は通訳案内等を準備することとし、費用は本事業費に含めること。
- ・企画開発したコンテンツの評価検証につながるよう、コンテンツに対するアンケートや意見を被招請者に聴取し、コンテンツがよりターゲットのニーズに即したもののブラッシュアップできるようにすること。
- ・タリフの対応言語は日本語、英語、仏語、独語の4言語で作成すること。
- ・翻訳にあたっては日本語を単純に翻訳するのではなく、対象言語を母国語とする翻訳者と日本語を母国語とする翻訳者の複数体制で行い、日本独自の表現に対しても適正なものとなるよう考慮すること。
- ・構成・レイアウトについては、必要に応じて機構と協議すること。
- ・より販売促進に資する方法での販売促進方法を提案すること。
- ・本事業は、今年度当機構が実施する他の取組等と連携することとしているので、具体的な連携内容等に関しては、機構と協議の上で実施すること。

<活動指標（アウトプット）>

- ・新たに企画・発掘する体験プログラム件数：21件以上（各県3件以上）
- ・既存コンテンツの磨き上げによる改修件数：7件以上（各県1つ以上）

<成果指標（アウトカム）>

- ・改修、発掘された体験プログラムを含む旅行商品のターゲット市場に対する予約参加者数：100人以上、売上額：2,000万円以上
- ※令和4年3月までの実績が0等、目標を大きく下回った場合は、令和4年度において追跡調査ができるようにすること。

II. 受入環境の整備

<実施内容>

③ 地域事業者等を対象にしたスキルアップセミナー

事業Ⅰの①（「売れる」コンテンツの評価・検証）によって明らかにしたコロナ禍における「売れるコンテンツ」の要素について、その要素を含んだコンテンツが地域で自発的に開発される機運を醸成するため、アドバイザー等を招請し、地方自治体及び地域の観光関連事業者等を対象にスキルアップセミナーを開催する。なお、感染症拡大の状況等を鑑み、実地開催だけでなく、オンライン等を活用した開発手法を組み合わせることも可とする。

④ インバウンドガイド育成講座

地域での滞在、周遊の満足度向上のためにマーケットから強く求められているガイド機能を強化するため、講師を招請し地域内のガイドを育成、ネットワークするためのガイド講座を開

催する。せとうち地域でのガイド機能を強化し、ネットワーク化するための手法について提案すること。

⑤ Setouchi Reflection Tripの整備

事業Ⅰ（滞在コンテンツの造成）で磨き上げ及び企画・発掘されたコンテンツ情報を取りまとめたタリフを、機構のインバウンド向けサイト（Setouchi Reflection Trip。以下「SRT」という。）やOTA等に掲載できるようにし、欧米豪市場の販売に強い旅行会社やランオペ等の商品に組み込まれやすい環境を整備する。

また、本事業で改修、発掘された新たな旅のスタイルに対応したコンテンツ情報やガイド情報、加えて整備したランオペ等のネットワーク情報等を一元的に情報提供するために、インバウンド向けHPを整備する。具体的には、デジタルパンフレットの機能改修を行い、開発したコンテンツがSRT上に設定しているページを改修し、デジタルパンフレットを新たに追加掲載する。なお、改修箇所はトップページと各県ページを改修すること。

<詳細及び留意事項>

- ・感染症拡大の状況等を鑑み、開催手法及び実施時期などについて、必要に応じ機構と協議の上事業を実施すること。
- ・セミナー及び講座開催にあたって通訳が必要な場合は通訳士等を必要に応じ準備することとし、費用は本事業費に含めること。

<活動指標（アウトプット）>

- ・地域事業者のスキルアップセミナー：7回以上（各県1回以上）
- ・体験型プログラム等のガイド育成講座：7回以上（各県1回以上）
- ・SRTへのタリフ掲載及びデジタルパンフレット掲載機能（トップページ及び各県1ページ以上）の改修

<成果指標（アウトカム）>

- ・スキルアップセミナー参加者が造成したコンテンツ数：14件以上
 - ・育成講座に参加したガイドが実施した本事業のターゲット市場向けツアー実施回数：14件以上
- ※令和4年3月までの実績が0等、目標を大きく下回った場合は、令和4年度において追跡調査ができるようにすること。

Ⅲ. 旅行商品流通環境整備事業

<実施内容>

⑥ DMC及びランドオペレーター等のネットワーク構築及び販売支援

開発したコンテンツの市場への流通を促進するために、旅行商品を企画開発するツアオペやトラベルエージェントに対してコンテンツを提供する役割を担うランオペ等（それらの機能を持つ事業者や、それらに準じる団体等も含む。）の環境整備とネットワーク機能を強化する。

具体的には、せとうち7県（兵庫県・岡山県・広島県・山口県・徳島県・香川県・愛媛県）で活動するランオペ等のうち、機構のターゲット市場である欧米豪（米、英、仏、独、豪）に精通し、現地のツアオペ等とのネットワークが強く、せとうちへの旅行商品の組み込みの働きかけが期待できるランオペ等の洗い出しを行い、それらの情報を対象市場別に整理する。

特に、ランドオペレーターに関しては、せとうちエリアのサプライヤー等の事業者とのネットワークが強い事業者とし、DMCに関しては現地のツアオペ等とのネットワークが強い事業者とする。

以上を踏まえ、ネットワーク構築及び販売支援の手法について企画提案すること。なお、事業実施に当たっては新型コロナ禍の状況を加味したうえで行うこととする。

<詳細及び留意事項>

- ・遅くとも令和4年1月から本事業で造成・企画された旅行商品の販売を開始すること。
- ・感染症拡大の状況等を鑑み、実施手法及び実施時期などについて、必要に応じ機構と協議の上、事業を進めること。
- ・以下の活動指標（アウトプット）及び成果指標（アウトカム）を達成し得るような企画提案とすること。なお、事業実施の結果、以下の指標達成が出来なかった場合はその原因等を分析・整理し報告すること。

<活動指標（アウトプット）>

- ・今年度にネットワーク化するランオペ等：DMC及びランオペ10社以上
- ・ネットワーク化するDMC、ランオペ等が造成した旅行商品企画数：10件以上
（1件以上は必ず各県が行程に組み込まれるよう、商品造成の促進等に努めること）

<成果指標（アウトカム）>

- ・造成した旅行商品を含む商品のターゲット市場に対する
予約販売数：40件以上、売上額：1,000万円以上
※令和4年3月までの実績が0等、目標を大きく下回った場合は、令和4年度において追跡調査ができるようにすること。

<その他（全事業共通）>

- ・各事業の実施時期等、事業スケジュールを提案書へ具体的に記載すること。
- ・Ⅰ～Ⅲの全事業の運営管理する者（以下、進行管理者。）を最低1名配置し企画提案書に記載すること。進行管理者は本業務が円滑に運営されるよう相互調整を行いつつ事業の進捗等について把握し、また機構との連絡調整窓口を進行管理者に一本化する等、効率的な事業運営体制とすること。
- ・コロナ禍の状況を加味したうえで業務を遂行すること。
- ・事業の実施結果については事業実施報告書により報告し、取り纏めること。
- ・専門家の現地での活動実績等を事業実施報告書へ記載すること。
- ・事業の活動指標（アウトプット）及び成果指標（アウトカム）の把握手法について提案書に記載すること。また事業の各指標の成果が分かるよう事業実施報告書に結果を記載すること。
- ・テキストや使用する写真等、掲載情報については請負業者の責任において収集するとともに、必要な掲載許可等を取得すること。
- ・業務の実施に際しては、実施状況を定期的に報告するとともに、機構との連絡調整を十分に行い、円滑な事業実施に努めることとし、定例報告会として月1回程度を実施すること。
- ・ターゲット市場は欧米豪（米・英・仏・独・豪）とし、中でもターゲット属性はExperienced Traveler層（異文化好奇心を持つ旅慣れた知的旅行者）、Special Interest Traveler（特定の趣味嗜好で旅行先を選ぶ旅行者）の富裕層を対象とする。

5. 報告書提出

① 提出物

- ・以下、業務完了報告書（押印済）を添えて、以下の資料等について提出すること。
事業実施報告書（カラー）、調査集計データ、コンテンツデータ、デジタルパンフレットその他の成果物を保存した電子媒体（CD又はDVD）

② 提出場所

- ・機構の担当者宛に電子メールで提出すること。ただし、業務完了報告書及び事業実施報告書については、紙ベースでも各一部ずつ機構宛てに提出すること。

③ 提出期限

- ・令和4年3月18日（金）

6. その他

- ① 受託者が委託料から業務に必要な物品を調達した場合、契約期間の満了に伴い残存物品の所有権は機構に帰属するものとする。また、その処理については、機構の指示に従うこと。
- ② 本業務の成果（成果物の報告書のみならず一部のデータ等も含む。）は、期間の制限なく無償でホームページ、印刷物等のあらゆる媒体、手段・方法により、公表（公開、配付等）することを想定し、二次利用可能な権利関係に関する著作権の許諾等の手続きを行うこと。また、本業務における成果品に関する一切の権利及び成果品の所有権、著作権（著作権法第27条及び第28条に定められた権利を含む。）は、機構に帰属するものとする。
- ③ 業務の実施に伴い知り得た情報は適切に管理すること。
- ④ 業務の実施に伴い知り得た機構及び関係機関の機密情報を第三者へ漏らさないこと。
- ⑤ 機構は、業務実施過程において本仕様書記載の内容に変更の必要が生じた場合、受託者に仕様変更の協議を申し出る場合がある。この場合、受託者は委託料の範囲内において仕様の変更に応じること。
- ⑥ 受託者は、業務実施過程で疑義が生じた場合は、速やかに機構に報告、協議を行い、その指示を受けること。
- ⑦ 本委託業務は、原則として第三者に委託させてはならない。ただし事前に文書により機構と協議し承認を得た事項については、第三者に委託して行うことができる。
- ⑦ 受託者が本仕様書に違反して回復の見込みがないとき、又は業務を完了する見込みがないときは、機構は契約を解除して損害賠償を請求する場合がある。
- ⑧ 契約代金の支払いに関しては、機構と協議の上、決定するものとし、計画にあった項目が実施できなかった場合は、提出のあった見積書等から、その費用を差し引いた額で精算するものとする。
- ⑨ 安全の確保に配慮した体制を整えて業務を遂行すること。自然災害や感染症等の発生状況により、当初計画での業務遂行が困難になったときは、速やかに機構へ相談し、指示に従うこと。
- ⑩ 本仕様書に定めのない事項及び業務遂行上疑義が生じた場合は、その都度、機構と別途協議の上、処理すること。
- ⑪ 機構は、必要に応じて本契約に係る情報（受託者名・契約種別・契約件名及び契約金額等）を機構HP等に公開する。公開に関して、受託者はこれを了承するものとする。