

「東北の新しい旅行スタイル創出プロジェクト 実証モデル地域におけるロングステイ促進事業」 業務委託基本仕様書

1. 事業の名称

東北の新しい旅行スタイル創出プロジェクト 実証モデル地域におけるロングステイ促進事業

2. 業務の目的

一般社団法人東北観光推進機構（以下、「東観推」という。）では、訪東北者数の増加及び観光関連消費額の拡大を目指し、域内コンテンツの収集、着地型コンテンツプラットフォームの構築、情報発信等を実施してきた。

コロナ禍における「旅行回数減少」「観光関連消費の減少」、また人口減少による将来的な国内旅行者数、旅行回数の減少により東北域内の観光関連消費額は減少の一途をたどる可能性が高い。

そのため、東北 ALL での共通ブランドコンセプトのもとに地域の宿泊施設等を軸として着地サイドで中長期滞在のロングステイへ誘導し、観光関連消費を飛躍的に増やす必要がある。

そこで、本事業では実証モデル地域において旅の目的となる滞在型コンテンツの新規造成、宿泊施設におけるアドベンチャーデスク機能の実装、及び旅行会社・OTA・宿泊施設等と連携した共通ブランド「Base! TOHOKU～さあ、豊かさの最前線へ～」を冠した旅行商品・宿泊プランの造成・販売・流通・プロモーションを通じてロングステイ旅行者を最大化していき、「ロングステイといえば東北」というブランドを確立することを目的とし、本事業は5ヵ年計画の1年目である。

3. 履行期限

契約締結の日から2022年3月31日（木）まで

4. 業務内容

(1) 運営組織・会議体の組成及び運営

① 実証モデル地域において、一般社団法人東北観光推進機構（以下、東観推）と連携のうえ、宿泊施設・観光協会・観光地域づくり法人（DMO）・旅行会社・滞在型コンテンツ提供事業者等の関係者による運営組織・会議体を組成すること。

② 本事業の実施において必要な開催回数、開催内容を提案すること。

＜実証モデル地域＞

(ア) 青森県：浅虫温泉

(イ) 岩手県：花巻温泉・つなぎ温泉

(ウ) 宮城県：秋保温泉・作並温泉

(エ) 秋田県：田沢湖高原温泉郷・水沢温泉郷・乳頭温泉

(オ) 山形県：天童温泉

(カ) 福島県：土湯温泉・高湯温泉・飯坂温泉

(キ) 新潟県：岩室温泉

(2) 観光スポット情報の整備、滞在型コンテンツの造成・磨き上げ

- ① 実証モデル地域において、ターゲット属性別に旅の目的となる観光スポットの抽出及び情報整備を実施すること。また、合理的かつ定量的な選定基準を明示すること。
- ② 実証モデル地域において、コンテンツ造成検討会等を開催し、ターゲット属性別に旅の目的となる滞在型コンテンツを新規造成、もしくは既存コンテンツの磨き上げを実施すること。また、モニターツアーや専門家の意見等を反映させること。新規造成においては、ロングステイの需要が見込めるテーマを実証モデル地域毎に設定のうえ造成すること。
- ③ 実証モデル地域において、上記①・②以外の飲食店・土産店等の実証モデル地域におけるロングステイを促進する情報整備を実施すること。
- ④ 実証モデル地域に限らず観光地域づくり法人、各県市より滞在型コンテンツを新規収集すること。
- ⑤ 上記①・②・③の情報について日本語及び外国語（英語・繁体字・簡体字・韓国語・タイ語）へ翻訳のうえ旅東北の滞在型コンテンツプラットフォームに格納し、下記(5)に記載の情報発信プラットフォームを活用したプロモーションに接続すること。

(3) アドベンチャーデスク機能の実装、体制整備

- ① 旅ナカにおけるアドベンチャーデスク機能を実証モデル地域の宿泊施設において有するために必要なセミナーやワークショップの実施、またアドベンチャーデスクが機能するために必要な情報整備、運営マニュアル、タリフ整備等の旅行者への情報提示方法及び必要な物品等について提案すること。
- ② 継続的に安定した運営を実施するために必要な体制を提案すること。
- ③ 実証モデル地域間で成功事例などのノウハウを共有化し、実証モデル地域間において提供価値が高まり続ける仕組みについて提案すること。

(4) 宿泊プラン・旅行商品の造成、販路構築

- ① 実証モデル地域の宿泊施設と連携し、ターゲット属性のニーズに即した共通ブランド「Base! TOHOKU～さあ、豊かさの最前線へ～」を冠した連泊プランを造成すること。連泊プランの説明欄には(2)に記載の観光スポット・滞在型コンテンツ等を明記し、連泊数の増加促進を図るとともに主要な OTA へ宿泊プランを掲載すること。また一泊プランの説明欄にも連泊プラン同様に観光スポット・滞在型コンテンツ等を明記することで、連泊プランへの移行を促進する仕組みを提案すること。
- ② 国内の主要な旅行会社、実証モデル地域の旅行会社へ実証モデル地域の観光スポット情報・滞在型コンテンツ情報を提供し、ターゲット属性のニーズに即した共通ブランド「Base! TOHOKU～さあ、豊かさの最前線へ～」を冠した 2 泊以上の旅行商品を造成すること。
- ③ 旅行会社、ランドオペレーターと DMO 等を集めた商談会を 2021 年 10 月と 2022 年 2 月の 2 回開催し、滞在型コンテンツの旅行商品化を促進すること。

(5) 情報発信・プロモーション

- ① 東観推 HP の旅東北内に「Base! TOHOKU～さあ、豊かさの最前線へ～」を冠した情報発信プラットフォームを構築すること。
- ② 情報発信プラットフォームには実証モデル地域を旅の目的地と選定するに必要な地域の魅力、観光スポット情報、ターゲット属性のニーズに即したモデルコース等を整備し、「Base! TOHOKU」を冠した宿泊プラン・旅行商品へ誘導する等の効果的なサイト構成について提案すること。

- ③ 情報発信プラットフォームへ誘導するために、メディアを活用した記事配信、OTA 会員向けの情報発信や SNS 等を活用した情報配信等、効果的なプロモーションについて提案すること。

(6) KGI・KPI の設定

- ① 実証モデル地域毎にロングステイを実施する旅行者の増加を促進するために効果的な KGI・KPI を設定すること。
- ② 実証モデル地域毎の PDCA サイクルを実行する体制を構築するとともに、実証モデル地域間でノウハウ共有する仕組みおよび実施方法について提案すること。

(7) 「冬の東北アクションプラットフォーム」を活用した誘客促進

- ① 2020 年度に構築した「冬の東北アクションプラットフォーム」の日本語版において、宿情報について国内大手 OTA の API 連携を実施すること。
- ② 日本国内、中国・豪州（主要ターゲット）、東アジア・ASEAN 諸国（サブターゲット）において、スキー旅行で日本のスキー場訪問を検討している日本人旅行者・外国人旅行者に対して、メディア・SNS・インフルエンサー・旅行会社・OTA 等を活用した誘客プロモーション及び旅行商品造成を実施することで、「冬の東北アクションプラットフォーム」における検索・予約アクションへ接続し誘客の拡大を図る。但し、コロナウイルス感染症の状況に応じて東観推と協議のうえ日本国内向けの誘客プロモーションのみに限定することも検討する。
- ③ 属性別の PV 数、ユニークユーザー数、予約数、価格帯、予約時期（来日までのリードタイム等も含む）、歩留まりなどを分析することで販売傾向を特定し、次年度以降の戦略構築・打ち手への提言を実施する。

(8) 2022 年度に向けた戦略立案

- ① 実証モデル地域における成功条件、失敗要因を体系的に分析し、他地域に横展開するためのパッケージ化を実施すること。パッケージ化においては実証モデル地域の特徴に合わせてパターン化し、複数のパッケージを提示すること。
- ② 2022 年度に取り組むべき実証モデル地域について合理的根拠に基づいて提示すること。

(9) 独自提案

- ① 事業目的に資する独自提案等があれば提案すること。

5. 成果指標

(1) 運営組織・会議体の組成及び運営

- ① アウトプット成果指標：運営組織・会議体の組成地域数（目標は 7 地域以上）
- ② アウトカム成果指標：宿泊プラン・旅行商品の販売開始地域数（目標は 7 地域以上）

(2) 観光スポット情報の整備、滞在型コンテンツの造成・磨き上げ

- ① アウトプット成果指標：
 - (ア) 観光スポット情報の整備件数（目標は 20 件/1 地域以上）
 - (イ) 滞在型コンテンツの造成・磨き上げ件数（目標は 10 件/1 地域以上）
- ② アウトカム成果指標：
 - (ア) 滞在型コンテンツの参加者数（目標は 300 人/1 地域以上）

(3) アドベンチャーデスク機能の実装、体制整備

- ① アウトプット成果指標：アドベンチャーデスクの実装地域数（目標は 7 地域以上）
- ② アウトカム成果指標：滞在型コンテンツの参加者数（目標は 100 人/1 地域以上）※(2)②との合計

(4) 宿泊プラン・旅行商品の造成、販路構築

① アウトプット成果指標：

(ア) 宿泊プラン・旅行商品造成数（目標は 10 件/1 地域以上 ※3 施設以上/1 地域）

(イ) 商談会実施回数（目標は 2 回以上）、商談会参加者数（目標は 40 人以上）

② アウトカム成果指標：

(ア) 宿泊人泊数（目標は 300 人泊/1 地域以上）

(イ) 商談数（目標は 100 回以上）

(5) 情報発信・プロモーション

① アウトプット成果指標：情報発信プラットフォーム構築数（目標は 1 件以上）

② アウトカム成果指標：宿泊人泊数（目標は 300 人泊/1 地域以上）※(4)②(ア)との合計

(6) KGI・KPI の設定

① アウトプット成果指標：KGI・KPI の設定地域数（目標は 7 地域以上）

② アウトカム成果指標：KGI・KPI の達成地域数（目標は 7 地域以上）

(7) 「冬の東北アクションプラットフォーム」を活用した誘客促進

① アウトプット成果指標：

(ア) OTA の API 連携（目標は 1 連携以上）

(イ) 記事掲載数（目標は 10 件以上）

② アウトカム成果指標：予約者数（目標は 500 人以上）

(8) 2022 年度に向けた戦略立案

① アウトプット成果指標：横展開用のパッケージ化（目標は 3 パッケージ以上）

② アウトカム成果指標：2022 年度の実証モデル地域案（目標は 7 地域以上）

6. 成果物の納品

(1) 納品場所

一般社団法人東北観光推進機構（宮城県仙台市青葉区一番町二丁目 2 番 13 号 仙建ビル 8 階）

(2) 納品期限

2021 年 3 月 31 日（木）

(3) 成果物及び納品方法

成果物は域内関係者に広く公開、共有されることを前提に作成し、瑕疵の無い様に十分な精査を行い提出すること。なお、提出方法についてはデジタルデータ（メール送付等）とする。

7. 著作権及び成果物の帰属等

本業務による成果又は成果物の著作権は東観推に帰属するものとし、成果物を自ら使用するために必要な範囲で随時利用できるものとする。

8. 業務の履行その他特記事項

(1) 受託者は、業務に要する機材、消耗品等について準備すること。

(2) 業務の履行に当たっては、内容を十分理解し東観推と連絡を密に取りながら誠実に履行すること。

- (3) 受託者が業務を遂行する上で必要な資料等については、受託者において入手、準備等すること。また、業務に関する協議等のため要する費用は、受託者の負担とする。
- (4) 本業務について、この仕様書に記載されない事項及び疑義が生じた場合は、東観推と協議の上、決定すること。
- (5) 東観推が必要と判断する場合には、受託者と協議の上、本契約の内容を変更することができるものとする。
- (6) 受託者は、事故や運営上の課題などが発生した場合は速やかに報告すること。
- (7) 受託者は、本業務の処理を他に委託し、又は請け負わせてはならない。ただし、書面により東観推の承諾を得た場合はこの限りでない。
- (8) 受託者は、関係法令を遵守するとともに、個人情報の取扱いを適正に行い、危機管理意識に基づき健全かつ安全に業務執行を図ること。
- (9) 受託者は、この委託契約に係る業務を遂行する上で知り得た情報又は秘密は、承諾を得ることなく第三者に漏らし、又は委託業務以外の目的に使用してはならない。委託期間が終了又は委託契約が解除された後においても同様とする。
- (10) 受託者は、事故や運営上の課題などが発生した場合は速やかに報告すること。
- (11) この委託契約に係る業務遂行にあたり生じた損害は、原則として受託者が負担するものとし責任をもって対処すること。
- (12) 成果品の瑕疵が判明した場合は受託者の責任において適切に対処すること。