

【別紙 1】

平日・閑散期における滞在型旅行商品の創出及び販売実証業務 仕様書（案）

1 委託業務名

平日・閑散期における滞在型旅行商品の創出及び販売実証業務

2 目的

本県においては、国内の延べ宿泊者数がコロナ禍前の平成 31 年比で約 98%（※1）まで回復した一方、繁忙期と閑散期における宿泊者数の差が大きく、宿泊事業者をはじめとする県内観光関連事業者の雇用等に影響を与え、安定した経営が困難であるという課題があることから、冬季をはじめとする閑散期や平日の需要を拡大し、一年を通しての需要の平準化を図る必要がある。

また、人手不足が課題とされる県内の宿泊事業者の生産性向上及び県内における滞在時間を伸ばし地域の更なる消費拡大へと繋げるためには、宿泊施設を拠点とした連泊を推進する必要がある。

以上のことから、本業務においては、平日・閑散期における本県への誘客・滞在及び消費拡大のほか、宿泊事業者における生産性向上へと繋げるため、同一施設に連泊する滞在型旅行商品の創出及び販売実証に取り組むものである。

（※1）観光庁 宿泊旅行統計調査 令和 5 年 1 月～12 月：約 417 万人泊（平成 31 年：約 425 万人）

3 委託期間

委託契約の日から令和 7 年 3 月 22 日（金）まで

4 委託業務内容

平日・閑散期における本県への誘客・滞在及び消費拡大に加え、県内宿泊事業者における生産性向上へと繋げるため、以下の業務を行うこと。

（1）本県の滞在を促す「新たな旅行商品」の造成

① 同一の宿泊施設に連泊する「新たな旅行商品（※2）」を 2 商品造成すること。

（※2）本業務における「新たな旅行商品」とはこれまでにない新規性を想定するが、既存商品とは異なる宿泊施設を利用する等、既存商品の一部に新たな要素を加えることも可とする。

② 下記ア・イにつき 1 商品ずつ造成すること（※3）。

ア 冬季（※4）の本県への誘客へと繋がる令和 6 年度内に出発する旅行商品

イ 令和 7 年度内に出発する旅行商品

（※3）本県の繁忙期にあたる、桜祭り、ゴールデンウィーク、紅葉、年末年始の時期を除くこと。

（※4）本業務における「冬季」とは、令和 6 年 12 月～令和 7 年 3 月頃までを想定しているが、本県の繁忙期に当たる紅葉時期が終了する令和 6 年 11 月の宿泊を妨げるものではない。

③ 設定する全ての出発日において平日（※5）の宿泊を含めること。

（※5）本業務における「平日」とは月曜日～金曜日とする（ただし、祝日を除く）。

- ④ 造成する 2 つの旅行商品で利用する宿泊施設は同一の施設ではなく、旅行商品ごとに異なる宿泊施設を利用すること。
- ⑤ 本業務におけるメインターゲットは、首都圏を含む全国エリアのアクティブシニアを想定する。
- ⑥ 旅行商品は特定業者に権利が帰属するものとせず、広域的、且つ、継続的に本県の観光商品として使用できるものとする。
- ⑦ 原則として他の支援制度と併用しないこと。また、本委託業務料を旅行代金に反映しないこと。

(2) 造成した旅行商品の販売及びプロモーション

- ① 造成する旅行商品は、1 商品につき設定日を 5 本以上定めるほか、半数以上 (※5) の催行となるよう必要な広告宣伝を行うこと。
(※5) 設定本数が奇数の場合、「半数以上」は下記のとおりとする。
【例】設定日 5 本→3 本以上、設定日 7 本→4 本以上、設定日 9 本→5 本以上
- ② 企画内容に合わせて効果的に販売期間を設定すること。
- ③ ターゲットにリーチするため、最適な広告媒体を選定し販促展開すること。なお、プロモーション経費として、全国旅行雑誌カラー1 ページ相当額を想定している。

(3) 造成した旅行商品販売の効果検証及び報告書の作成

- ① 販売開始後の旅行商品の集客状況について、定期的に発注者に報告すること。
- ② 販売した旅行商品について、利益確保や持続販売の見通しについての検証を行い、発注者に報告すること（令和 7 年度内に出発する旅行商品（4 (1)、②のイに該当する旅行商品）を除く）。
- ③ 効果検証の結果は、実施状況を含め報告書にまとめ発注者に提出すること。

5 その他

- (1) 業務の実施に当たっては、発注者と十分な連絡調整を図りながら行うこと。
- (2) 業務の実施に当たり、仕様書に明示がない事項及び疑義が生じた場合は、発注者との協議により決定するものとする。