

別紙 1

体験型観光推進強化事業業務委託仕様書

- 1 業 務 名 体験型観光推進強化事業
- 2 業務目的 下関市で体験型観光に取り組む事業者間の連携を強化するとともに、情報発信等を一体的に行うことにより、本市を訪れる国内外の観光客に下関市の体験型観光コンテンツの認知度向上を図り、誘客促進と滞在期間の延長、交流人口の拡大につなげる。
- 3 業務場所 下関市内
- 4 業務期間 契約締結日から令和 8 年 3 月 3 1 日まで
- 5 業務内容
 - (1) 現状把握及び分析の実施

令和 6 年度に実施した体験型観光推進強化事業の分析・検証により現状を把握し、改善点や課題を特定したうえで、効果的な事業計画を立案し、事業のブラッシュアップを行うこと。

(ア) 分析及び検証

令和 6 年度に実施した体験型観光推進強化事業の成果を多角度から分析・検証し、改善点や課題を特定すること。

(イ) 提案

(ア) の分析及び検証結果をもとに、ブランドコンセプトやブランド戦略のブラッシュアップを行ううえで効果的な事業計画をまとめること。
 - (2) チームマネジメント

本事業に賛同する事業者等とブランドコンセプトを共有する一体的な関係性を構築すること。

(ア) 参加事業者の募集

調査に基づく分析及び検証の結果、設計した事業計画に賛同する事業者等を募集すること。

(イ) プロジェクトチームの編成・整理

自社で体験型観光コンテンツを販売・造成している事業者をプロジェクトチームの軸とする。また、令和 6 年度の参加事業者に対しても、改めて事業参加の意向を確認し、事業計画に即

した整理を行うこと。

(ウ) プロジェクトチームの運営

目指すブランド像の共有を図り、効果的な戦略展開が可能となるように、プロジェクトチームの運営を行うこと。運営に際して必要な場合は、参加事業者及び下関市の関係部局等を交えた会議（以下「プロジェクト会議」という。）を開催すること。なお、プロジェクト会議の実施方法はオフライン、オンラインを問わない。

(エ) セミナー等の実施

参加事業者個々の発信力及び販売力強化につながるセミナー等を1回以上行うこと。なお、セミナー等の実施方法はオフライン、オンラインを問わない。

(オ) 関係性の構築

参加事業者等の費用は無料とすること。ただし、一体的な関係性を構築するために、ブランディングツールの表示や体験・利用者数、販売等の実績報告、情報更新の協力など必要な条件を付すこと。なお、参画する事業者等については官民間わず幅広い関係性を構築すること。

(3) Web サイトの引継ぎ及び高機能化

令和6年度の受託者以外の者が受託した場合は、現行のWebサイト自体を引き継ぐべく、令和6年度の受託者からドメインの権利を含めた必要なデータなどの引き渡しを受けること。また、現行のWebページのブランド要素（キャッチコピー、ロゴマーク、カラー）は踏襲しながらも、より利用者目線に立った、わかりやすい情報を発信するWebサイトへの更新を行うこと。

(ア) スマートフォンへの親和性の向上

即時性が高く、情報検索の主流であるスマートフォンでの閲覧・操作がより快適なものとなるよう改修すること。

(イ) コンテンツの一覧化

利用者の不安を払拭し、目的に適合した選択ができるよう、本事業で提供が可能な体験型観光コンテンツを一覧化し、かつ価格帯を反映したページ構成に改修すること。

(ウ) ユーザーレビュー機能の導入

本事業で提供する体験型観光コンテンツ利用者の声を反映することにより、信頼性の向上、購買意欲の促進を図ること。

(エ) 多言語化対応

本市を訪れる国内外の観光客に対する認知度向上を図るものであることから、多言語に対応したWebサイトへ改修すること。

少なくとも、英語版のページの構築は必須とする。

(オ) ブランドの展開

ブランドの普及及び浸透を図るために、必要かつ効果的な情報発信を行うこと。また、幅広い層に対してブランドに触れる多様な機会を設け、具体的なターゲットを絞り込むこと。

(カ) Web サイトの保守等

Web サイトについて、必要な保守及び更新を定期的に行い、常に安全かつ最新の状況にするように努めること。

(4) PR 及びプロモーションの実施

本事業の目的を達成するため、国内はもとよりインバウンド向けに効果的な PR を企画し、実施すること。ただし、PR の時期及び媒体等については、下関市と協議の上、決定すること。

(ア) ブランディングツール

既存の Web サイト及び SNS アカウント (Facebook、Instagram、TikTok) を引続き活用するものとする。

ブランド要素 (キャッチコピー、ロゴマーク、カラー) については既存の内容を踏襲すること。

(イ) PR 手法のイメージ

- ・各種メディア (Web メディア・マスメディア・ソーシャルメディア等) を利用した情報発信
 - ・Web サイト、SNS 等への広告掲載
 - ・海外向け SNS 等の運用 (海外インフルエンサーの利用など)
- ※チラシ、パンフレット等、紙媒体は用いないものとする。

(ウ) インフルエンサープロモーション

年代、地域等のターゲットを絞り込み、ターゲット層に即したインフルエンサーを招聘するとともに、1 回以上は FAM ツアーを実施すること。

コンテンツを実際に体験し、効果的な方法で広く発信することを求めるものとする。

(エ) Web サイトの更新

PR 及びプロモーションのタイミングを考慮、検討したうえで、2 回以上更新すること。

(オ) SNS アカウントの管理・運用

本事業で展開する取組みに関する記事等を投稿するほか、参加事業者の個々のアカウントの投稿等に対し、リアクションを行うこと。また、必要な保守及び更新を定期的に行い、常に安全かつ最新の状況にするように努めること。

(5) コンテンツの磨き上げ

受託者の専門的知見に基づいた助言及び支援により、参加事業者のコンテンツの魅力向上を図ること。

(ア) ツアーの検証

(4)(ウ)のFAMツアーなどのツアーについて、その結果に基づく分析及び検証を行うこと。

(イ) アドバイザリー支援

(ア)の検証結果をもとに参加事業者に対し、専門的知見に基づいた助言及び支援を行うこと。また、参加事業者の要望があった場合等、必要に応じて助言及び支援を行うこと。

(6) 販売の支援

参加事業者が提供する体験型観光コンテンツについて、効果的な手法を用いて販売を支援すること。ただし、販売する時期及び内容等については、下関市と協議の上、決定すること。

(ア) OTA サイト上で周知及び販売の支援をすること。

(イ) 事業者が個別に販売する手法や戦略について助言を行い、必要に応じて Web サイト掲載、SNS 発信の手続き等の支援を行うこと。

(7) 独自提案

本事業の目的を達成する上で、効果的な独自の提案があればその内容を記載すること。

6 業務の実施体制

(1) 業務の進捗を管理する総括責任者を1人配置すること。業務を効果的に実施するための担当者を1人以上配置すること。

(2) 必要に応じて、下関市と打ち合わせを行うこと。

7 成果報告書等の提出

(1) 業務の進捗状況について、月次報告書を提出すること。

(2) セミナーやプロジェクト会議等を実施する際には、下関市と協議の上、事業者等へ提供する資料等を作成すること。また、実施後には会議の実施状況がわかる報告書を提出すること。

(3) 事業の進捗状況に応じて、下関市が報告を求めた場合、経過報告書を提出すること。

(4) 業務の実施を完了したときは、業務内容、状況及び実績がわかる成果報告書を提出すること。

8 その他

(1) 個人情報の取り扱いに留意すること。

(2) 仕様書に定めのない事項については、下関市と協議の上、定めるものとする。