インバウンドターゲティング事業業務委託仕様書

１　目的

秋田県のインバウンドにおけるさらなる認知拡大及び誘客促進に向け、オープンデータや既存データ、新たな調査等により取得するデータを活用した各種マーケティング分析を行い、より効果的な施策実施のため重点市場を選定する。また、調査分析による戦略的なアプローチを図ることを目的としたコミュニケーションフレームの作成などを実施する。

合わせて、多角的な機会損失仮説や観光資源をはじめとした受入環境評価において、本県の中長期的な視点で取り組むべきインバウンドへのアプローチ戦略を明らかにする。

２　契約期間

契約締結日から令和８年３月31日まで

３　業務内容

受託者は、業務目的等を達成するため、次の業務を行う。

　（１）業務スケジュール

　　　　中間報告、最終報告の二段階であることを踏まえた業務スケジュールを提出すること。また、それぞれで報告する概要は事前に提案の上、受託後に県と協議の上、確定すること。

　（２）事業の全体設計

　　　　業務目的を踏まえて、事業の全体設計を示すこと。

　（３）各種調査分析等

　　ア　優先すべき市場提示におけるDMP等マーケティング分析

・各種分析において、ターゲットとして優先的にニーズ調査を行うべき国・地域の候補を５つ、来訪者実態の仮説を以て優先順位付けの上、示すこと。その際、コロナ流行２年前からコロナ禍、コロナ収束後から現在に至るまでの経緯に留意すること。なお、優先すべき市場に関し、実施する分析は以下のとおり。

①東北観光DMP内で取得可能な人流、消費額、滞在日数等各種データの現状分析による強み・課題等を提示すること。期間別の分析を基本とするが、観光地別で分析が必要なものがあればその分析を排除するものではない。

②訪日外国人の来訪拠点の一つである仙台空港からの動きを、どのような交通機関を使用しているか等、線で見えるような行動分析を行い、また本県の特徴について、隣県との比較分析や隣県から広域周遊における秋田県が旅行先として選ばれていない原因の可視化を行うこと。本分析において特に重視するポイントを示すこと。

　　イ　優先すべき市場のニーズ把握等

　　　・優先すべき市場の旅行者の動向、ニーズ、情報収集行動、予約手法、旅行スタイル等をアンケート等を用いてターゲット市場の声を収集し、詳細に調査・分析する。なお、アンケートのサンプル数については１市場あたり400を下限とし、効果が見込める数を提案すること。設問設定においては、秋田県が旅行先として選ばれない原因等の「旅行前の情報」、コロナウイルス感染症拡大前から現在における意識の変化等に留意すること。なお、内容は、受託後県との協議の上で確定すること。

　　　・分析レポートにおいては、誘客に効果的な仮説をできるだけ多く記載すること。

　　ウ　競合地域事例の提示

・優先すべき市場に対し、競合となる地域の動向や事例を提示すること。対象国・地域及びそれに対応する国内競合地域提示については、受託後県との協議の上、確定すること。

　　エ　環境分析

・PEST分析（観光を取り巻く一般的な政治・経済・技術環境分析）及び３C分析（東北や秋田県をとりまく顧客・競合・秋田県自体の現状分析）を行うこと。

　　オ　県内観光資源の整理と魅力の再発見

　　　・新たな観光コンテンツや体験プログラム開発に繋がる可能性を検討するため、訪日外国人の視点から、既存の観光資源（自然、温泉、食、文化、祭り、体験コンテンツ等）の魅力を再評価し、訴求ポイントの整理を行うこと。具体的には、イで取得された調査データや、DMPで取得できる観光地別データを用いた比較を行い、機会損失箇所も併せて提示すること。

（４）あるべき姿の示唆とギャップの可視化

　　・（３）において取得した調査分析結果を以て、あるべき姿を定量的・定性的に示すこと。　　　　　　　最適な顧客体験や提供価値に関するフレームの検討に活用するため、ギャップの可視化においては、予め機会損失箇所や強みの整理を行ったうえで、課題ツリーで取りまとめること。レポーテトの記載事項について留意事項があれば県と協議を行うこと。

（５）各種分析に基づいたターゲット国・地域におけるカスタマージャーニーとペルソナの設定

・それぞれの旅行における意思決定プロセスや情報接触ポイントを明らかにするため、以下ア、イを実施する。

　ア　ターゲット国・地域におけるカスタマージャーニーを設定する。

イ　ターゲット国・地域における旅行者層（年齢、性別、所得層、興味関心、旅行形態等）をペルソナにて定義する。

　※ア、イともに、分析結果から重要カスタマー像を特定。設定数は協議とする。

（６）コミュニケーションフレームの作成

ア　設定したターゲット市場別に対し、主要な課題と対応策を明確にした12カ月のコミュニケーションフレームを作成する。その際東北観光DMP内WebサイトデータやSNSデータ等の根拠を以て、コミュニケーション領域における機会損失箇所も抽出する。

　イ　秋田県が行うインバウンドプロモーションにおける具体なKPI（例：ウェブサイトアク　　　　　 セス数、SNSエンゲージメント率、認知度等）設定に対し試算支援を行う。なお、KPIの設定にあたっては推計ロジックに基づくものを可能とするが、一定程度、対象市場における他地域でのプロモーション類似業務実績ノウハウを前提とした支援であることが望ましい。

（７）独自提案

　　　上記（１）～（６）の事項に加え、本事業の効果を高めると考えられる事項がある場合は、　　　　提案すること。ただし、実施に要する経費は、必須提案事項に要する経費と併せて、委託料の上　限の範囲内とする。

４　実績報告書及び成果物の提出

　　令和７年１２月１０日（水）までにその時点での中間報告書を作成し、提出すること。

　　令和８年３月１３日（金）までに最終報告書を作成し、提出すること。

５　契約に関する条件等

（１）報告書の提出

・　本業務の実施状況については、月例報告のほか、契約期間満了時には実績報告書を提出すること。

・　上記報告のほか、必要な場合は適宜書面にて状況を報告すること。

（２）再委託等について

・　受託者は本業務のすべてを第三者に再委託し、又は、請け負わせてはいけない。

・　受託者は本業務の一部を第三者に再委託することができるが、その場合は再委託先の概要と責任者を明記し、再委託する業務の内容、実施体制等を事前に書面にて提出して委託者の承認を得るものとする。

（３）業務の履行に関する措置

・　委託者は本業務（再委託した場合を含む）の履行につき著しく不適当と認められるときは、受託者に対してその理由を明示した書面により必要な措置をとるべきことを要求する場合がある。

・　受託者は前記要求があったときは、当該要求に係る対応を決定し、１０日以内に委託者に書面で提出しなければならない。

（４）その他

・　受託者は本業務（再委託をした場合を含む）を通じて知り得た情報を機密情報として扱い目的外の利用、第三者に開示、漏えいしてはならない。また、契約終了後も同様とする。

・　受託者は本業務（再委託をした場合を含む）を履行する上で、著作権、肖像権や個人情報を取り扱う場合は、関係法令等を遵守すること。

・　この仕様書に定めのない事項については、両者協議の上、決定する。

・　東北観光DMPの使用については、以下のルールに従うこと

①　受託者は委託業務の仕様書の範囲内で東北観光DMPを利用するものとする。

②　各有償データのダウンロードや成果物について、仕様書の範囲を超えて受託者が外部へ公開する行為を禁止する。

③　東北観光DMPからダウンロードした各種データは委託期間終了後に受託者の端末から全て削除するものとする。