

令和8年度観光コンテンツ等の充実・強化 委託業務仕様書

1 委託業務名

令和8年度観光コンテンツ等の充実・強化業務

2 委託目的

令和9年度に実施予定の「えひめ秋旅なんよキャンペーン（仮称）」（以下「次期キャンペーン」という。）において首都圏・関西圏・東予地域等からの誘客を促進するため、次期キャンペーンのターゲットやテーマに見合った南予9市町の魅力ある観光コンテンツ等の充実・強化を図る。

えひめ秋旅なんよキャンペーン（仮称）

- ・ 期 間 令和9年10月～12月
- ・ 地 域 愛媛県南予9市町（宇和島市、八幡浜市、大洲市、西予市、内子町、伊方町、松野町、鬼北町、愛南町）
- ・ ターゲット 首都圏・関西圏・東予地域等のシニア層を中心
- ・ 概 要 「食・文化・歴史・自然」をテーマとした観光コンテンツ等を活用し、誘客施策を展開する。

3 委託期間

契約日から令和9年3月31日まで

4 業務内容

（1）観光コンテンツのカスタマイズ等

南予9市町（以下、「市町」という。）の観光コンテンツ運営事業者等に旅行商品の企画・造成等に造詣の深い専門家を派遣し、助言や提案等の支援を行うことで、次期キャンペーンのテーマやターゲットに見合った個人及び団体向け観光コンテンツのカスタマイズ（既存コンテンツの磨き上げ。新規コンテンツの造成を含む。）を行い、観光素材集（タリフ）を作成する。

① 派遣先の選定

専門家の派遣先については、委託者と協議のうえ、市町及び管内の観光コンテンツ運営事業者からの実態ヒアリング等を踏まえて選定する。

② 専門家による支援

専門家は、別記「観光コンテンツのカスタマイズ等の方向性」に基づき、観光コンテンツ運営事業者の意向を十分に踏まえながら、首都圏・関西圏・東予地域等において商品として販売可能なものとするために必要な助言や提案等を行う。

・商品化目標数 30 件以上（原則、各市町 3 件程度）

※個人旅行向け商品（20 件以上）

※団体旅行向け商品（各市町 1 件以上）

③ 観光コンテンツ事業者向け企画の実施

上記②の専門家派遣による支援に加え、観光コンテンツ運営事業者を対象に、更なる魅力向上・発信力強化等に繋がる企画を実施する。

※企画形式については、セミナー、ワークショップ等を想定

④ 観光素材集（タリフ）の作成

次期キャンペーン期間中に販売可能な観光コンテンツ（既存の商品及び本業務でカスタマイズした商品）を取りまとめ、それぞれの利用条件等を個別に整理した旅行会社向け観光素材集（タリフ）を作成する。

※100 商品ほどの掲載を想定（参考フォーマットは委託者より提供）

※提出時期は、1 回目を令和 8 年 10 月上旬まで、2 回目を令和 9 年 2 月上旬までとする。

※令和 8 年度に委託者が実施予定の団体旅行を対象としたファムツアー及び商談会等（ただし、個人旅行を一部含む）に利用するため、1 回目・2 回目それぞれ最新の情報として提出すること（Pdf データ及び A 4 判 30 部・両面印刷可）。

（2）期間限定の特別企画・イベント等の提案

次期キャンペーンのテーマである「食・文化・歴史・自然」を踏まえ、各市町の既存施設や観光資源を活用した誘客に繋がると考えられる、特別感のある企画・イベントについて、下記の留意点に基づき、概要（主な内容・時期、アピールポイント、課題等）を提案すること（事前調整は不要）。

なお、提案のあった企画等については、委託者が主体となり、旅行商品造成を含め、実施に向けた諸調整を行う。

・提案内容 各市町 1 つの企画・イベントを提案

・提案時期 令和 8 年 4 月～7 月

【企画・イベントの留意点】

- ・現時点では実施されていないもの（4（1）観光コンテンツのカスタマイズ分との重複は可とする）。
- ・夜間開催等により、南予での宿泊や滞在時間の延長に資するもの。
- ・次期キャンペーン期間中に、単発の企画・イベントではなく、複数回の実施を想定するもの。
- ・その他、各市町の特色を生かしたもの。
- ・ただし、大規模な設備投資を要するもの、キャンペーン期間中に多額の経費を要するものは対象外とする。

5 留意事項

- ・受託者は、委託者と緊密に連携のうえ業務を実施すること。また、契約後速やかに業務スケジュールの詳細及び観光コンテンツ運営事業者との連絡体制について、委託者へ提出するとともに、随時、進捗状況等を報告すること。
- ・個人情報の保護については、個人情報の保有、利用および管理について、「個人情報の保護に関する法律」等関係法令の規定に準じて取り扱うこととし、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、個人情報を扱う場合は同法令及び別記「個人情報取扱特記事項」を遵守しなければならない。
- ・本仕様書に定めのない事項、又は業務上、疑義が生じた場合は、委託者・受託者双方が協議の上、対応するものとする。

別記

【観光コンテンツのカスタマイズ等の方向性】

次のア～ウの観点を踏まえ、観光コンテンツのカスタマイズ（造成を含む）を行うこと。

ア 売れるための価値の再設計

既存の観光コンテンツについて、ターゲットや利用場面を明確にし、体験の魅力が的確に伝わり、販売に繋がる商品へと再設計する。

（主な取組内容）

- ・想定するターゲット（年代、居住地、関心分野、旅行スタイル等）の明確化
- ・体験内容及び背景ストーリーの整理・再構築
- ・価格、実施時期、所要時間、受入人数など利用条件の見直し
- ・写真、ネーミング、キャッチコピー等を意識した商品設計（体験の魅力が一目で伝わる表現）

イ 付加価値の向上

体験そのものに工夫を加えることにより、利用者が「来てよかった」「もう一段特別」と感じられるよう、付加価値の高度化を図る。

（主な取組内容）

- ・見ることを中心とした体験から、参加・体感型への発展
- ・解説、学び、背景説明等を加えた理解の深化
- ・人数限定、時間限定等の特別感のある観光コンテンツの設計

ウ 域内連携による滞在・周遊促進

体験を単体で完結させることなく、管内の他の観光資源と組み合わせることにより、来訪者の行動範囲や滞在時間の拡大を図り、地域全体への波及効果を高める。

（主な取組内容）

- ・食、宿泊、移動等の他の観光資源との組み合わせ
- ・複数市町又は複数事業者との連携による商品化