

# 観光ツアープラン造成事業委託業務仕様書

令和6年5月

富田林市

産業まちづくり部 商工観光課

1. 業務名

観光ツアープラン造成事業委託業務

2. 業務目的

「2025年大阪・関西万博」を契機として、大阪・関西地域へ国内外からの2,820万人の来訪者が来阪すると予想されている。この一大イベントを観光振興の絶好の機会と捉え、その来訪者を本市へ観光誘客する必要がある。既存の観光地に加え新たな観光コンテンツを造成し、観光ツアープランとしてパッケージ化したものを商品化・販売することで、本市の課題である観光における滞在時間の延長と観光消費額の増加に取り組み、本市地域経済の活性化を図ることと、持続可能な観光地域をつくることを目的とする。

3. 委託期間

契約締結日～令和7年2月28日

4. 用語の定義

（観光）ツアープラン	観光コンテンツと移動手段をパッケージ化した募集型企画旅行 「観光」を略しても同義語とする
観光コンテンツ	食事メニューや体験プログラム、特別なお土産（オリジナルグッズ等を含む）などを指し、本市の観光誘客の魅力になるもの 既存の観光資源も観光コンテンツとする
体験プログラム	ツアー参加者が実際に体験する催し 例：和服を着る、座禅、書道、料理、農業、ワークショップなど
国内旅行者	日本に居住しており、日本文化で生活している旅行者
インバウンド	原則は日本国外居住者で、日本文化に馴染みがない旅行者 （日本居住者で日本文化に馴染みがない旅行者も含む）
滞在時間	本市に滞在している時間
観光消費額	食事代や入場料、物品購入代金等、観光客が本市で消費した金額 （支払われるツアー代金も観光消費額としてカウントする）
造成	観光コンテンツやツアープランをつくること
コンテンツタリフ	観光コンテンツ及びツアープランに関する企画内容や設定期間、販売価格、最少催行人員、販売手数料等が記載されたコンテンツの説明書

5. 業務内容

観光ツアープラン造成にあたり、以下の業務を一括して行うものとする。翻訳等に係る費用は契約金額に含むものとする。外国語翻訳については、ネイティブチェックを必須とする。

また、(1)(2)については、一過性のものではなく、収益で持続的に運営するための仕組み

を構築すること。コンテンツ単独での販売も想定すること。

【活用する既存の地域観光資源】(例)

- ・大阪府内で唯一の重要伝統的建造物群保存地区「富田林寺内町」
- ・瀧谷不動明王寺、美具久留御魂神社などの寺社仏閣
- ・富田林市で生産されている大阪なす・きゅうり・富田林の海老芋（大阪初のGI認証）・大阪金剛簾・なにわ竹工芸品などの食材や産品
- ・大阪産（おおさかもん）や大阪南河内地域で生産されている食材・産品
- ・地元店舗等が提供できる地域に根ざしたコト・モノ

(1) 新しい観光コンテンツの造成業務

- ① 地元団体・事業者と積極的に連携すること。
- ② 本市事業者と協力して体験プログラムを造成すること。
- ③ 本市飲食店と協力して特別メニューを造成し、提供する仕組みをつくること。  
※②③について、合わせて寺内町地域で1個以上、市内全域で5個以上とする。
- ④ 本市を来訪した記念となるお土産を造成すること。(②③で使用するもの、②で創作して持ち帰るものでも可。また、お土産として配布、もしくは販売を想定する物品でも可。)
- ⑤ 完成したコンテンツについて、それぞれコンテンツタリフを作成すること。

(2) 観光ツアープラン造成業務

① 国内旅行者向けツアープラン

- ターゲット層  
大阪市内を拠点（宿泊者も含む）とする50代以上の女性
- ツアープラン内容  
大阪市内主要駅から専用車で富田林市内を周遊する日帰りツアープラン、もしくは近鉄富田林駅から車で富田林市内を周遊する日帰りツアープランで、1団体2～8名程度での催行を想定
- ツアープラン金額  
収益性を加味し市場の相場に照らして、発注者と協議の上決定する。
- 滞在時間  
4時間以上見込まれるもの

② インバウンド向けツアープラン

- ターゲット層  
大阪・関西万博やユニバーサル・スタジオ・ジャパンなどの有名な大阪府内の観光地を訪れるため来日した日本文化に親しみたい個人旅行者で出身国は欧米豪を想定
- ツアープラン内容  
大阪市内主要駅から専用車で富田林市内を周遊する日帰りツアープラン。1団体2～8名程度での催行を想定
- ツアープラン金額

収益性を加味し市場の相場に照らして、協議の上決定する。

- 滞在時間

4時間以上見込まれるもの

【①②共通事項】

- ・ 募集型企画旅行商品とする。
- ・ 飲食及び（１）で造成した体験プログラムを行程に必ず取り入れること。  
飲食については（１）で造成したもの以外でも可。
- ・ 当該ツアープラン参加者に限定された特別観覧や特別ランチメニューなど、付加価値を付すること。
- ・ ツアー内容については、受注者が企画し、発注者と調整の上、最終決定とする。
- ・ ツアープランはコンセプトが異なる３コース以上を作成すること。ただし販売するプランの決定は、モニターツアーの結果等を検証したのち、発注者と協議すること。
- ・ 完成したツアープラン及び観光コンテンツについて、それぞれコンテンツタリフを作成すること。

（３）モニターツアー実施業務

- ① （２）で造成したツアープランのモニターツアーをそれぞれ１回以上実施すること。

なお、モニターツアーの内容については以下の通りとする。

（ア）開催時期

令和６年１２月頃（協議の上、より効果的な時期に変更する場合がある）

（イ）参加者数

ツアープランごとに１０名以上

（インバウンド向けツアープランについては、そのうち３名以上を外国人とする）

（ウ）参加者要件

- なるべく各ツアープランのターゲットに近似する者
- モニターツアーの内容紹介や感想を情報発信できる者、情報拡散力がある者であれば、なお望ましい。

- ② モニターツアー参加者に対しアンケートを実施し、結果分析を行うこと。

また、分析結果を反映させたツアープランの磨き上げを行うこと。

（４）事業目標評価指数計測業務

あらかじめ設定された事業目標評価指数を計測し、定期的集計する仕組みをつくること。

（５）受入環境整備業務

（１）で造成した観光コンテンツを観光地や店舗にて提供する時に想定される対応が、スムーズに行えるようなツールを用意すること。（特にインバウンドを想定）

（６）販路基盤整備業務

- ① 販路の選定を行うこと。発注者の承認を得た販路にて継続的に販売できる体制を整備すること。
- ② ①以外に、発注者が指定するオンライン販売サイトにツアープラン及び観光コンテンツ掲載のための登録申請を行い、参加者申し込みの受付、手配など、販売提供に対応できる体制を整備すること。

(オンライン販売サイトの例)

- ・公益社団法人2025年日本国際博覧会協会「Expo 2025 Official Experiential Travel Guides」
  - ・大阪観光局「Deep Experience」
  - ・日本観光振興協会「JAPAN 47 Go」
- ③ 販路基盤が整い次第、販売を開始すること。販売に関する経費（手数料等）は販売価格に含め、発注者が別途支払うことは想定していない。

#### (7) 広告宣伝業務

- ① (1)(2)について、誘客につながる工夫を施した効果的な広告宣伝を行うこと。  
広告に使用するメインビジュアルやキャッチフレーズ等をデザインし、広告宣伝ツールを作成すること。
- ② 広告宣伝ツールはフライヤー（チラシ・カラー刷）の作成を必須とし、ターゲットにアプローチできる場所に配架すること。掲載内容・サイズ・質感などは提案によるものとし、作成枚数は、受注者が配架する数に発注者配架分として4,000枚を加えるものとする。印刷や配架に係る経費（運搬料や手数料等）は契約金額に含むものとする。
- ③ ②以外に3種以上の広告宣伝手法を、ターゲットを明確に示し、見込める効果等の理由と共に提案すること。（例：サイネージ広告、SNS広告、ランディングページ設置、ポスター掲示、交通機関での広告など）
- ④ インバウンド向けツアープランのプロモーションは対象者に伝わる言語を用いて行うこと。
- ⑤ プロモーションには本市が所有する動画や画像を使用しても良い。ただし、編集や加工に係る経費は契約金額に含むものとする。
- ⑥ Google ビジネスプロフィールへ観光コンテンツの情報入力を行い、コンテンツの磨き上げに応じた情報を充実させること。

#### (8) 事業実施報告書作成業務

- ① モニターツアー実施における参加者の情報分析を行い、様々な視点から事業効果を検証すること。
- ② 計測した事業目標評価指数を集計し、傾向分析と目標達成に向けた対策を提案すること。
- ③ 上記①②を含んだ事業実施報告書を作成し、指定の日時までに発注者へ提出すること。

## 6. 成果品

本業務に関する納入成果品は、以下の通りとする。

- ①事業実施報告書（データ及び印刷したもの5部）
- ②各打ち合わせの議事録（各打ち合わせの終了後、速やかに作成し発注者と共有すること。データのみで可。）
- ③受入環境整備業務で作成したツール  
※各コンテンツ提供場所に現品納入、商工観光課にデータ及び現品1セット納入
- ④フライヤー（チラシ等）  
※受注者配架分は配架場所へ納入、発注者分4,000部は商工観光課に納入
- ⑤本事業に使用したデザインデータ一式（PDFファイルとAIファイル）  
※付随する独自フォント及びアウトライン化前後のデータを含む。
- ⑥その他、発注者が指定するもの

## 7. 成果品等の帰属

本業務で履行した内容は、成果品及び業務中に作成を行ったデータ等の著作権は、原則、発注者に帰属するものとする。なお、著作権を発注者へ帰属できないものは、発注者と協議の上で決定するものとする。

## 8. 予算

8,498,000円（消費税を含む）を上限とする。

また、契約金額の55%以上が観光コンテンツ等の造成に係る経費で構成されていること。備品の購入・設備の導入に係る経費や、販路基盤整備・プロモーションに係る経費は観光コンテンツ等の造成に係る経費とは見なさない。

<観光コンテンツ等造成に係る経費の例示>

- ・コンテンツ、ツアープランの企画開発に係る費用
- ・名産品、クーポン券等の企画開発に係る費用
- ・ワークショップ、協議会等の開催に係る費用
- ・専門家からの意見聴取に係る費用
- ・ガイドの育成、観光イベントの実施に係る費用
- ・観光戦略の策定に係る費用
- ・地域事業者等に対するセミナーの開催に係る費用
- ・造成した観光コンテンツ、ツアープランに関するモニターツアーの開催に係る費用
- ・効果測定に必要な調査に係る費用

9. 実施スケジュール（予定）

令和6年7月上旬	契約予定
令和6年11月	プロモーション開始（予告・モニターツアーPRも含む）
令和6年12月	モニターツアー実施
令和7年1月	コンテンツ・ツアープラン完成
令和7年2月	販路確定（令和7年3月販売開始予定） 報告書提出 支払完了

10. 支払等

業務完了後一括払い

11. 守秘義務

受注者は、本業務の実施により知ることができた情報については守秘義務を負い、これを他人に漏らしてはならない。業務完了後においても同様とする。また、発注者から貸与されたすべての資料は承諾を受けずに複製、譲渡・貸与、公表及び利用してはならない。

12. その他留意事項

- ① 本仕様書に記載のない事項については受注者と発注者で協議の上、決定する。受注者は業務を円滑に実施するため、必要に応じて随時協議の場を設けるとともに、業務発注後の発注者からの指示については真摯に対応すること。
- ② 受注者は詳細事項及び内容に疑義が生じた場合、並びに業務上重要な事項の選定については、あらかじめ発注者と打ち合わせを行い、その指示または承認を受けること。
- ③ 本事業を実施するにあたり、許可等が必要な場合は受注者が手続きを行い、許可等を受けること。また、許可申請等に必要な経費は契約金額に含むものとする。
- ④ 本事業の一部を契約者以外の第三者に委託する場合には、書面により発注者の承諾を得ること。

13. 業務担当

富田林市 産業まちづくり部 商工観光課 観光振興係

富田林市常盤町1番1号

TEL : 0721-25-1000 内線 482、483

FAX : 0721-20-2072

E-mail : syoukoukankou@city.tondabayashi.lg.jp