

海外旅行予約サイト等を活用した観光プロモーション事業 企画提案仕様書

1 業務名

海外旅行予約サイト等を活用した観光プロモーション事業

2 委託期間

契約締結日から令和9年3月31日(水)まで

3 目的

千葉県への訪日旅行の促進及び観光消費の拡大に向けて、外国人観光客が多く利用する海外旅行予約サイト等の活用を県内観光事業者に促すとともに、県内の宿泊商品及び体験観光商品等の認知度向上、販売力強化及び販売促進につながる事業を実施する。

4 定義

この事業における「海外の旅行予約サイト」(以下「OTA」という。)とは、海外で多く利用されている旅行系の予約サイトのうち、主に宿泊商品及び体験観光プログラム等の旅行商品を中心に外国人観光客向けに掲載・販売する、海外のオンライン旅行代理店等が運営するウェブサイト及びスマートフォン用のアプリ等をいう。

5 委託業務内容

県内観光事業者に対し、OTA^{*1}への商品掲載及び販売促進の支援等を含む、以下(1)から(3)までの業務を行うこととする。

なお、本事業の実施にあたっては、宿泊事業者及び体験観光事業者それぞれの現状及び課題を踏まえ、重点的に取り組む内容を以下のとおりとする。

- ・ 宿泊事業者については、既にOTAへの商品掲載や掲載内容の磨き上げが一定程度進んでいるものの、認知度不足やクチコミレビューの不足等により販売につながっていない状況にある。このため、本事業においては、モニターツアーの実施によるレビューの蓄積及びプロモーションの強化等により、インバウンド市場における認知度向上及び販売促進に重点を置くこととする。
- ・ 体験観光事業者については、OTAへの商品掲載は一定程度進みつつあるものの、インバウンド向けの掲載内容等の磨き上げが十分でない状況にある。このため、本事業においては、写真・文章等の改善による商品ページの質の向上や、モニターツアーの実施による課題の抽出及び改善を通じて、商品力の強化と販売促進に重点を置くこととする。

企画提案書においては、事業者に対する掲載支援が可能なOTAを以下の条件に基づき記載すること。

- 1 宿泊系OTAを4つ以上提案すること。
- 2 提案する宿泊系OTAのうち、少なくとも1つは「アジア圏で幅広く利用されているもの」、1つは「欧米豪（英語圏）で幅広く利用されているもの」を含むこととする。
- 3 体験観光系OTAを3つ以上提案すること。
- 4 提案する体験観光系OTAのうち、少なくとも1つは「アジア圏で幅広く利用されているもの」、1つは「欧米豪（英語圏）で幅広く利用されているもの」を含むこととする。
- 5 提案するOTAについては、当該OTAを活用した掲載支援及び販売促進支援を実施できる体制を有することとし、当該支援は受託者又は受託者が連携するパートナー（OTA運営事業者を含む）により実施するものとする。

提案するすべてのOTAについて、企画提案書において以下の情報を可能な限り詳細に記載し、千葉県観光事業者が商品に掲載するのに適切である理由を明確に示すこと。

- ・ 利用会員数^{※2}及び月間訪問者数^{※2}
- ・ 掲載商品数^{※3}及び国・地域別シェア
- ・ 商品掲載に際しての契約条件^{※4}
- ・ 訪日旅行者の獲得手段として有効である理由
- ・ 競合するOTAに対する強み

※1 海外の消費者が国内の旅行商品をサイト上から直接予約・購入できるウェブサイトとする。旅行商品の在庫管理や価格設定等の権限を持たない、比較検索サービスにあたるサイトは含まない。

※2 市場（国・地域）別の内訳も可能な限り記載すること。

※3 カテゴリー別の商品内訳も可能な限り記載すること。

※4 販売手数料等の金額や商品掲載基準、掲載までの流れ等も可能な限り記載すること。

(1) 出張セミナー及び個別相談会等の実施

各開催エリアの観光事業者等を対象に、出張セミナー及び個別相談会等を行う。

① 回数

実施回数は合計8回とし、内訳は宿泊事業者向け3回、体験観光事業者向け5回とする。

② 時期・場所

原則、令和8年6月上旬から7月中旬までの期間で開催することとし、開催場所は、県内各地域の事業者が参加しやすいことを前提に、対象事業者の分布や交通利便性等を踏まえて提案すること。

なお、具体的な開催日時及び開催場所については、契約締結後に県と協議の上、決定することとする。

③ 所要時間

- ・ OTAに関する講演時間は参加者のニーズに応じて柔軟に設定すること。
- ・ セミナー後の個別相談会は、1時間程度を見込むものとし、希望者数に応じて調整する。
- ・ その他グループワーク等を含め、全体の所要時間は2時間半程度とする。

④ 講演内容

講演内容は、参加者のレベルや関心に応じた実践的な内容（例：写真撮影・価格設定のポイント等）を中心に構成し、少なくとも次の1及び2に挙げる内容を含むものとする。

1 OTA活用の動機付け、OTAを通じた集客の実践的なポイント

例：OTA活用の具体的なメリットとコスト、OTAを通じた集客のポイント、商品ページの掲載内容を磨き上げるうえでのポイント、クチコミレビュー獲得の重要性とその方法 等

2 掲載、販売促進を支援するOTAの特徴や仕組みの解説

例：各OTAの特徴や契約方法、運用方法、手数料等の費用に関する具体的な情報

また、以下の点に留意すること。

- ・ これからOTAの活用を検討する参加者に対しても分かりやすく、活用の動機付けとなる内容とすること。
- ・ セミナーを開催する各地域及び各会場の参加者の特性を踏まえ、セミナーの内容を工夫すること。

⑤ 参加者間の交流促進及びネットワーク形成

参加者同士の交流促進及びネットワーク形成を促進する機会を、必要に応じて設けること。実施にあたっては、各地域及び会場の特性や参加者のニーズ等を踏まえ、グループワーク等の手法を用いるなど、効果的な実施方法を提案すること。

⑥ 個別相談会等

セミナー終了後、会場内において引き続き参加者との個別相談会等を実施すること。内容や実施方法は、提案によるものとし、より多くの観光事業者等の参画に結び付くような内容とする。ワークショップ方式等、他の実施方法の提案も可とする。

ただし、(2)で実施する相談窓口のコンサルテーション担当者のうち1名以上が対面で参加するコンサルテーションを必ず内容に含むこと。

⑦ 広報用チラシの制作

セミナーの広報用チラシを作成すること。チラシは、本事業への参画が事業者の課題解決に直結することを直感させ、申込行動を強く促すようなものとし、以下の条件のもと、県と協議しながら作成することとする。

- ・ 紙面構成：インバウンド対応を検討する事業者に対し、セミナーの参加や本事業への参画のメリットを伝えるキャッチコピーを配置し、一見して本事業の強みが伝わるような、視認性の高いデザインを採用すること。
- ・ 情報の最適化：参加メリットを最優先に提示し、成功事例やQ & A等を視覚的に整理して掲載するなど、戦略的なレイアウトとすること。
- ・ 制作体制：広報物デザインの専門知識を有するデザイナーを配置し、提案書には関連する制作実績（ポートフォリオ）を添付すること。

⑧ 業務範囲及び費用等

以下を業務内容に含むものとする。

- ・ 出張セミナー及び個別相談会等の会場確保。なお、会場選定に当たっては、必ずセミナー及び相談会の実施に適した環境、十分な部屋の広さ、設備、備品等を備えた会場とすること。
- ・ 参加者との連絡調整（募集、申込受付等を含む）
- ・ 付随業務（配布資料準備、事前及び事後のアンケートの実施等）

また、会場等の使用料や講師の謝金・交通費等、出張セミナー等に係る業務の実施に伴う費用は、全て業務委託料に含むものとする。

⑨ その他

出張セミナー及び個別相談会等の当日は、県職員1名が出席する予定であるが、参加者や会場側との連絡調整を含め、当日の運営は基本的に受託者が全て行うこと。

(2) O T A相談窓口等による事業者支援

O T Aを通じた訪日旅行者への商品販売に意欲のある観光事業者等に対し、O T Aコンサルタントによる相談窓口を通年設置し、O T A掲載やクチコミレビューの蓄積に向けた支援等を実施すること。

① O T A相談窓口による支援

【支援内容】

窓口による支援内容は下記の3段階に分け、それぞれ少なくとも次の支援内容を含むこととする。その他、支援できる内容があれば提案すること。

【第1段階：O T A掲載に向けた支援】

- ・ 事業者の課題整理、掲載先O T Aの選定支援
- ・ 掲載基準、契約条件等の整理
- ・ 掲載手続きの支援、掲載実施

【第2段階：O T A掲載後の支援】

- ・ 商品ページの改善（商品名、文章、価格設定、写真の改善 等）

【第3段階：クチコミ蓄積・O T Aにおける評価スコアの向上支援】

- ・ クチコミレビューを継続的に蓄積する体制作り支援（例：利用者にレビュー投稿を促す手法や投稿を促すためのツール、キャンペーンの提案 等）
- ・ O T Aにおける評価スコアの向上支援（レビューへの返信ノウハウ 等）
- ・ プロモーション手法、販売促進等に関するアドバイス

【運営期間】

相談窓口は、事業開始後速やかに設置するものとする。また、相談の受付は、2027年2月末までを想定するものとする。

【企画提案の記載事項】

企画提案書には、少なくとも次の事項を具体的に記載すること。

- ・ 支援対象とするO T Aと支援可能な範囲
- ・ 相談窓口の実施体制
- ・ 事業者の参画を促進するための工夫（例：相談窓口のプラットフォームの構築、O T A掲載に係る費用の補助、訪問・対面でのフォローアップ実施 等）
- ・ 支援の内容（前記①のとおり）と形式（電話・オンライン・対面の別を明記すること）
- ・ 支援の頻度（例：1事業者あたりオンライン相談3回程度 等）
- ・ 支援実施スケジュール

【留意事項】

なお、委託期間中に支援を完了する事業者数の目安は、少なくとも、第1段階について20件以上、第2段階については30件以上、第3段階については20事業者以上を目標とする。達成が難しい見込みとなった場合は、速やかに県と協議の上、代替施策を実施することとする。

また、支援窓口設置に先立って、支援窓口を周知するためのチラシを別途作成し、随時周知を行うこととする。作成にかかる条件は（１）⑦と同様とする。

支援窓口の運用期間中は、各事業者の支援内容に係る記録を作成し、7（３）に定めた定例報告会において県に報告することとする。

② モニターツアー等による支援

【支援内容】

OTAに掲載されている宿泊・体験観光商品について、商品の改善及びクチコミレビューの蓄積を図るため、OTA商品の改善支援メニューの一つとして、モニターツアー等、現地訪問による商品の体験を通じた支援を実施すること。

OTA等におけるクチコミレビューが不足している宿泊商品及び体験観光商品等を対象に、実際の利用者によるOTA商品の体験機会を創出するモニター施策等を実施し、OTA上でのレビュー又はクチコミの投稿及び蓄積を促進すること。

モニターツアー等の施策は、宿泊5件、体験15件以上を含めることとする。達成が難しい場合は、県と協議の上、代替施策を実施することとする。対象市場は東アジア、東南アジア、欧米豪を基本とするが、事業者や市場のニーズを踏まえ、県と協議の上決定することとする。

【企画提案の記載事項】

実施方法は提案によるものとするが、少なくとも次の内容を記載すること。

- ・ 各OTAの特性及び対象市場を踏まえたツアー内容、参加者設定の方針
- ・ モニター候補者又は募集方法
- ・ OTA等でのクチコミレビューを積む実施手法
- ・ 実施スケジュール及び実施体制

なお、原則として、モニターツアー等の実施に要する費用の負担については、支援対象事業者が提供する宿泊商品または体験商品にかかる費用は当該事業者が負担するものとし、それ以外の実施費用は委託料に含むものとする。

(3) OTA商品のプロモーション

OTAに掲載した宿泊商品及び体験観光商品等の認知度向上及び販売促進を図るため、対象市場及び商品特性を踏まえたプロモーションを実施するとともに、販売実績調査、事業者情報の管理を実施すること。

① マーケット別デジタルプロモーション

OTA掲載商品の認知度向上及び販売促進に資するよう、東アジア、東南アジア、欧米豪等の主要訪日市場を対象としたデジタルプロモーションを実施すること。

【企画提案の記載事項】

企画提案書には、次の項目を具体的に記載すること。なお、各項目は提案者の提案に基づく独自の構成・設計を可とする。

- ・ 活用するプロモーション手法の種別・組み合わせおよびその選定根拠
- ・ 発信媒体・チャンネル（各市場の利用実態に即したものであること）
- ・ 発信コンテンツの内容・企画方針（複数のOTA掲載商品を組み合わせ、対象市場の言語・文化特性に適合したものとする）
- ・ OTA掲載商品への誘導設計（流入経路・導線の設計を含む）
- ・ 実施スケジュール（各市場の訪日需要の高まる時期を考慮したもの）
- ・ 想定されるプロモーション効果とその根拠
- ・ 効果検証の設計

【プロモーションの手法】

手法は提案によるものとする。例示として以下のような手法を想定しているが、これらに限らず、提案者は自社の強みや市場特性を踏まえ、対象市場において効果的な手法を自由に組み合わせて提案すること。

- ・ ターゲット市場向けのデジタル広告（SNS広告、ディスプレイ広告、検索連動型広告等）
- ・ 旅行専門メディア、インフルエンサーメディアへの記事・コンテンツ掲載
- ・ マイクロインフルエンサー・KOL（キーオピニオンリーダー）等の起用

【留意事項】

- ・ プロモーションの実施回数は、計6回程度の実施を想定するが、市場特性や手法の性質に応じて最適な回数・タイミングを提案すること
- ・ スケジュールは、各市場の旅行需要が高まる時期（連休・観光シーズン・旅行予約の意思決定時期等）を踏まえると同時に、本事業における「相談窓口業務」および「モニターツアー等による支援業務」との連動を考慮し、相乗効果が最大化できるよう設計すること。
- ・ Facebook、Instagram を活用する場合は、コラボ投稿や投稿の際のメンション等、千葉県公式SNSアカウント（Visit Chiba、英語圏向け及び繁体字圏向け）を有効に活用すること。
- ・ プロモーション実施後に定量的な効果測定ができるよう、効果検証の設計を提案に含めること。

② O T A販売等実績調査・事業者情報の管理

事業期間中、支援を行った事業者を対象として、O T A上の販売実績（予約件数・売上等）を継続的に調査・把握すること。また、調査結果は「8（1）効果測定」に反映させること。

調査方法（事業者へのヒアリング、O T A管理画面データの収集等）及び実施時期については提案によるものとするが、企画提案書には以下を明記すること。

- ・ 調査方法及びその選定理由
- ・ 調査時期・頻度
- ・ データの整理・集計方法
- ・ 効果測定への反映方法

また、事業開始後別途県が受託者に提供するデータを含め、事業を通じて取得した事業者に係る情報は、一定の形式で一元的に整理・管理し、県に随時共有すること。

（4） 自由提案

（1）～（3）の実施業務に加え、県内事業者の海外向けO T A商品の認知度向上・販売促進等、事業目的の達成に貢献できる施策があれば、自由に提案すること。自由提案は任意であるが、提案者の強みや知見・ネットワーク等を活かした、付加価値のある取組みを期待する。提案がある場合は、企画提案書に以下を記載すること。

- ・ 実施内容及び対象市場
- ・ 実施方法・実施体制
- ・ O T A掲載商品への誘導効果
- ・ 費用対効果
- ・ 成果に係る目標値

6 経費

本業務の実施に要するすべての経費は、業務委託料に含まれるものとする。なお、業務委託料の上限は、34,872,200円（消費税及び地方消費税込み）である。

7 その他の留意事項

- （1）各事業において、運営、管理、庶務を行うこと。
- （2）事業の実施記録については、カメラ等を用いて記録を行うこと。
- （3）県との連絡調整等を密に行うこととし、事業期間中、月に1度程度の定例報告会を実施すること。

- (4) 本事業は、県と十分な協議を行いながら事業を進めることとし、作業内容及び本仕様書の内容に 疑義が生じたときには、その都度協議の上、その指示に従い作業を進めること。また、県は、作業期間中いつでもその作業状況の報告（報告書の作成を含む）を求めることができるものとする。なお、本仕様書に定めのない事項については、その都度協議の上対応するものとする。さらに、本仕様書の内容に軽微な変更を要する場合は、千葉県と協議の上、県の承認をもってこれを行うことができるものとする。
- (5) 本業務で発生した制作物等の著作権は県に帰属する。
- (6) 本業務で取り扱うこととなる個人情報の管理は適正に実施すること。
- (7) 成果物に重大な瑕疵があった場合は、原因者において、回収、修正、再印刷等必要な措置を講じること。

8 効果測定及び成果品

(1) 効果測定の実施

本事業に対しての効果測定を実施すること。効果測定方法及び内容については、企画提案書に方法・目標（K P I）を記載すること。K P Iには少なくとも以下の項目を含むものとする。

(1) 出張セミナー及び個別相談会等

- ・ セミナー参加事業者数
- ・ 参加者満足度

(2) O T A相談窓口による事業者支援

- ・ O T A掲載に向けた支援実施事業者数
- ・ O T A掲載後の改善支援実施事業者数
- ・ 対象事業者の支援満足度
- ・ モニターツアー等実施回数
- ・ O T A等における新規クチコミレビュー獲得数

(3) O T A商品のプロモーション

- ・ プロモーション施策実施件数
- ・ 広告施策の指標値（エンゲージメント数、クリック数、P V数等）
- ・ O T A販売実績調査による新規掲載商品の予約数

各目標値については、7（3）に定めた定例報告会において報告を行うこととし、達成が難しい見込みとなった場合には、速やかに県に報告のうえ、対応を協議することとする。

(2) 成果品の作成

① 提出物

- ・ 事業実施報告書及び効果測定書を記録した電子媒体 1枚

- ※ 電子媒体はCD又はDVD等とし、格納する電子データはMicrosoft Word / Microsoft Excel/Power Pointのいずれかにおいて編集可能なファイル形式及びPDF形式の両方で保存するものとする)
- ※ 電子媒体は、本体及びケースに事業名・収納されている電子データ名・納品日・受託者名の項目を記載すること。(右図参照)
- ※ 事業を通じて作成した事業者支援記録、販売実績調査結果等の事業者データを全て含めること。



② 提出期限

令和9年3月31日(水)

③ 提出先

千葉市中央区市場町1番1号

千葉県商工労働部 観光政策課 誘客企画室