

# 委託業務仕様書

## 1 委託業務名

令和5年度シンガポール・マレーシア市場誘客促進のための戦略パートナー業務委託事業

## 2 委託目的

本県のインバウンドは新型コロナウイルス感染症の影響を大きく受け、厳しい状況が続いている一方で、令和4年10月の政府の水際対策緩和による訪日旅行の再開されたことや、円安局面にあることなどから、今後多くの訪日客の来訪が期待される。本県としても機を逸することなく、インバウンドの本格的な回復に向け、戦略的な誘客を進める必要がある。

そのため、各市場ごとに（公社）ツーリズムおおいた（以下「委託者」という。）と連携し、中長期的・専門的な視点での戦略の構築とその戦略に基づいた情報発信やツアー・旅行商品の造成等に繋がる誘客活動を行う戦略パートナー<sup>1</sup>を設置することで、本県への誘客をさらに促進することを目的とする。

## 3 委託期間

契約締結日から令和6年3月31日まで

## 4 委託業務の内容

### （1）戦略構築・調査業務

#### ア 戦略構築

##### （ア）戦略・ロードマップの作成

大分県のインバウンド需要<sup>2</sup>がコロナ禍前の2019年レベルに早期に復活するとともに、更なる誘客を図ることができるよう、中長期的（最低3年度分）・専門的な戦略とそれに基づいたロードマップを作成すること。ロードマップでは、2024年に旅客需要が2019年レベルに戻ると仮定<sup>3</sup>した場合の本県インバウンド需要の推移や、早期需要回復を戦略的に進めるにあたって各フェーズにおいて必要な施策（以下（イ）のi、iiを参照）を提示すること。

なお、4月1日時点で作成する戦略・ロードマップ及び下記（イ）の令和5年度の年間計画は、9月1日時点で必ず更新すること。それ以外でも社会情勢等の変化があった場合など、計画を修正する必要がある場合は、委託者の求めに応じて随時修正・更新すること。

##### （イ）令和5年度の年間計画の作成

令和5年度に実施すべきと考える具体的な事業の提案（年間計画や各事業予算を含む）を行うこと。具体的な事業の提案にあたり本事業の大きな目的は以下i、iiのとおりである。それぞれの目的を達成するために想定される事業をそれぞれ以下のとおり示す。必ずしもすべてを提案する必要は

---

<sup>1</sup> 戦略パートナー：中長期的・専門的な視点で、大分県のインバウンド復活に向けた戦略を構築するとともに、各国の市場動向や需要に見合った事業の実施や効果的な実施方法のアドバイスを行うことができ、現地旅行会社等に対して継続的なアプローチを行い、大分県の魅力を訴求することで本県へのツアー・旅行商品造成意欲を促進させることができる事業者のことを指す。

<sup>2</sup> 観光庁「宿泊旅行統計調査」(<https://www.mlit.go.jp/kankocho/siryou/toukei/shukuhakutoukei.html>)を参照すること

<sup>3</sup> IATA” Global Outlook for Air Transport Sustained Recovery Amidst Strong Headwinds”(December 2023)によれば、世界の旅客需要は2024年には2019年レベルに回復し、その後も拡大すると予想されている。

なく、それぞれの目的を達成するために予算の範囲内で最も効果的な事業を立案すること。また、より効果的な事業が考えられる場合、これらに替えて事業を提案することも可能とする。

i ツアー・商品造成の強化<sup>4</sup> (B to B)

- (i) 商談会の開催
- (ii) セミナーの開催
- (iii) 旅行博等への出展
- (iv) 現地旅行会社等の招請

ii 情報発信の強化 (B to C)

- (i) 旅行博等への出展
- (ii) セミナーの開催
- (iii) Web (OTA、インフルエンサー、SNS) 等を活用した情報発信

イ 現地調査

- ・ 旅行会社へ売れ筋やトレンド等のヒアリングを定期的に行うこと。
- ・ 海外旅行に影響する現地情報の収集、分析と報告を定期的に行うこと。
- ・ 旅行関連や日本関連の旅行博やイベントに関する情報の収集と報告を行うこと。

ウ 関係構築

- ・ 大分県への誘客に繋がる事業者(旅行会社、メディア、学校関係者や報奨旅行等を行う企業など)に対して定期的にアプローチを行うこと。

エ アドバイス・サポート

- ・ 委託者がこの事業以外に対象市場国・地域で実施する事業へのアドバイスを行うこと。
- ・ 委託者が現地を訪問する際のコーディネート・サポート (アポイントや通訳、営業同行を含む)を行うこと。
- ・ 委託者が必要と判断する軽微な文書等の翻訳作業を行うこと。

オ その他

戦略パートナーとして対象市場・地域からの誘客につながる取り組みを毎月実施すること。

(2) 戦略等に基づく具体的な事業の実施業務

「(1) 戦略構築・調査業務」で作成した戦略・ロードマップに基づき、提案した令和5年度に実施すべきと考える具体的な事業(以下、i、iiの目的及び(i)～(iv)の事業例は再掲)を効果的なタイミングで行うこと。最終的な実施事業の決定は、委託者と協議し社会情勢等を踏まえたうえで決定する。例示した事業を実施する場合は、それぞれ「5 諸条件」に定める条件のもと実施すること。

i ツアー・商品造成の強化 (B to B)

---

<sup>4</sup>対象市場国・地域の状況を踏まえ、一般レジャーのみならず、訪日教育旅行や企業等の報奨旅行などの誘致強化のための取り組みを提案すること。

- (i) 商談会の開催
- (ii) セミナーの開催
- (iii) 旅行博等への出展
- (iv) 現地旅行会社等の招請

ii 情報発信の強化 (B to C)

- (i) 旅行博等への出展
- (ii) セミナーの開催
- (iii) Web (O T A、インフルエンサー) 等を活用した情報発信

(3) ミーティングの実施

- ・ 月に一度、月次ミーティングを行い事業の進捗等を報告することとし、ミーティング後は簡単な記録を作成し共有すること。
- ・ 月次ミーティングには、現地の営業拠点で活動する者も必ず出席すること。
- ・ ミーティングは日本語で実施すること。
- ・ 委託者から求められた場合には、月次ミーティング以外でもミーティングを行うこと。

(4) 報告業務

ア 月次報告書

毎月10日(土日祝日の場合は直後の平日)までに、前月の活動内容(「4 委託業務の内容(1) 戦略構築・調査業務」を中心に)をまとめた月次報告書を提出すること。最終月のレポートは年間の実績報告書とともに履行期間満了日までに提出すること。

イ 事業報告書

「4 委託業務の内容(2) 戦略等に基づく具体的な事業の実施業務」によって、各種事業を実施した場合は、事業毎に実績報告書を提出すること。ただし、委託者が軽微なものと判断した場合はこの限りではない。

ウ 最終報告書

年間の事業実績等をまとめた最終報告書を提出すること。最終報告書には、社会情勢等の変化を踏まえて修正したロードマップを入れること。

(5) その他

- ・ 委託者が本事業実施に際して、他県や市町村・団体との連携が必要と判断した場合、他県や市町村等と連携して事業を実施すること。
- ・ 委託者が必要と判断した場合には、令和4年度の戦略パートナーから引継ぎを行うこと。
- ・ 責任者及び連絡担当者(連携企業含む)を明確にし、変更する場合は委託者の承認を得ること。
- ・ 業務の一部を再委託する場合は、委託者に書面にて承諾を得ること。

## 5 諸条件

### (1) 実施体制に関する諸条件

ア 「4 委託業務の内容」(1)～(4)に記載する各業務に類似する過去の事業実績を有し、当業

務の適切な遂行が可能であること（連携企業含む）。

- イ 日本語と当該対象市場国・地域の言語において業務上の交渉が可能なレベルの語学力・コミュニケーション能力を有していること。また両言語間の翻訳ができる能力を有していること。
- ウ 対象市場国・地域に営業拠点を有し、対象市場国・地域において日常的な営業活動及び各種現地での事業を行うことができる体制を取れること（連携企業）。ただし、シンガポール・マレーシア市場では、少なくともシンガポールに現地の営業拠点を有していること。
- エ ミーティングや大分県からの訪問営業時等において、常に日本語対応が可能であること。その際日本語対応者は、原則、現地の営業拠点に籍を置く職員であること。
- オ 対象市場国・地域の営業拠点でパンフレット、ノベルティ及びその他 PR に必要なものを保管すること。

## (2) 「4 委託業務の内容」に(2) 戦略等に基づく具体的な事業の実施業務に関する条件

### i ツアー・商品造成の強化 (BtoB)

- ア 商談会を開催する場合は、国内事業者10社以上、現地事業者10社以上が参加すること。また、参加者に対してアンケート調査を実施すること。
- イ セミナーを開催する場合は、使用するプレゼン資料の作成や、参加者に対するアンケート調査を実施すること。
- エ 現地旅行会社等の招請を行う場合は、行程の作成・手配及び当日のアテンド、招請後のアンケート調査を行うこと。効果的な招請となるよう現地旅行会社の意向を確認するとともに、委託者の意向も踏まえ、内容を調整すること。

### ii 情報発信の強化

- ア 旅行博等へ出展した場合は、参加者に対するアンケート調査を実施すること。
- イ セミナーを開催した場合は、参加者に対するアンケート調査を実施すること。
- ウ Web 等を活用した情報発信を行う場合は、効果的な情報発信となるよう、あらかじめ KPI を設定すること。
- エ 情報セキュリティ対策を実施すること。

### iii 共通事項

- ア 最終的な事業の決定は委託者と協議し決定すること。
- イ 事業実施に係る経費は委託費に含めること。
- ウ 「4 委託業務の内容」(4) については、各種業務の実施結果のみならず、商品造成状況や販売数等の成果も把握し、報告すること。

## 6 予算上限額

8,470,000円（消費税及び地方消費税含む）

ただし、「4 委託業務の内容」の(1)(3)(4)に係る経費の合計額は2,160,000円（消費税込み）以内とすること。

## 7 成果物

- (1) 戦略・ロードマップ、令和5年度の年間計画
- (2) 「4 委託業務の内容(4) 報告業務」に定める報告書

- (3) その他「4 委託業務の内容(2) 戦略等に基づく具体的な事業の実施業務」の各事業で制作した制作物等がある場合はその制作物

## 8 成果物の著作権

### (1) 成果物の著作権

委託業務により受託者が作成した契約の目的物(以下「成果物」という。)の著作権の取扱いは、次の各号に定めるとおりとする。

- ア 受託者は、成果物に付与される著作権法(昭和45年法律第48号)第21条から第28条に規定する権利を、引渡しと同時に委託者に無償で譲渡するものとする。
- イ 委託者は、著作権法第20条第2項第3号又は第4号に該当しない場合においても、その使用のために、受託者の同意無しに仕様書で指定する成果物を改変し、任意に公表できるものとする。
- ウ 受託者は、委託者の書面による事前の同意を得なければ、著作権法第18条及び第19条の規定を行使することができない。

### (2) 成果物に係る第三者の著作権

受託者は、委託者に対し、成果物及び本契約に戻づく成果物の利用が第三者の著作権、肖像権その他第三者の権利を侵害しないものであることを保証するとともに、第三者との間でこれらの権利に係る紛争が生じた場合は、当該紛争の原因が委託者の責めに帰すべき事由によることを除き、自らの責任と費用を持って当該紛争の解決に当たらなければならない。

## 9 委託料の支払い

原則として事業完了後(「4 委託業務の内容(4) 報告業務③ 最終報告書」を委託者に提出した後)の精算払いとする(委託契約金額のうち事業に実際に要した経費を年度末に精算(契約変更)する)。前払金の請求は認めない。

ただし、契約期間中に終了した業務については、以下(1)(2)のとおり委託料の請求を認める。

### (1) 「4 委託業務の内容(1) 戦略構築・調査業務」に係るもの

半期分の委託金額を請求できるものとする。委託金額の請求は、半期分の「4 委託業務の内容(4) 報告業務 ①月次報告書」を委託者に提出したのち請求できるものとする。

### (2) 「4 委託業務の内容(2) 戦略等に基づく具体的な事業の実施業務」に係るもの

各事業実施後に「4 委託業務の内容(4) 報告業務 ②事業報告書」を提出し、委託者が業務の完了を確認したのち、請求できるものとする。

## 10 その他

- (1) 業務の実施にあたっては委託者と十分に協議・連携し、指示及び監督を受けなければならない。
- (2) 本業務の委託契約書は日本語で締結する。翻訳等が必要な場合、経費は事業者の負担とし、委託事業の経費には含めない。
- (3) この契約に定める委託費の支払に用いる通貨は、日本円とする。