

仕 様 書

1 業務名

令和7年度ブルーツーリズム推進支援事業（インバウンド向けデジタルプロモーション活動、旅行商品造成）委託業務

2 目的

福島第一原発からの ALPS 処理水の海洋放出について、特に国外からの反応は大きなものがあり、太平洋沿岸の自治体において、風評被害の発生が大きく危惧されているところである。

そこで、大洗町が持つ海に関する魅力あるコンテンツを組み合わせたインバウンド向けの施策として、「特に茨城県への訪日数の拡大が見込まれる台湾をメインターゲットとした、旅マエを中心とするデジタルプロモーション活動」、「幅広い国籍の訪日観光客富裕層を対象とする旅行商品の開発」を行うことで、国外から大洗町への旅行意欲を喚起し、インバウンド誘客促進と ALPS 処理水海洋放出による風評被害の払拭を図る。

3 契約期間

契約締結日の翌日から令和8年3月21日まで

4 業務内容

(1)業務計画書の作成・進捗管理

後述の各業務における業務内容とスケジュールを明記した業務計画書を作成し、定期的に委託者と進捗確認及び協議を行うとともに、適宜議事録の作成を行うこと。

(2)インバウンド向けデジタルプロモーションの実施

旅マエにおけるアプローチを目的に、インバウンド向けデジタルプロモーションを実施する。なお、本プロモーションの対象国については、今後の誘客拡大が見込まれる台湾をメインターゲットとし、効果的な WEB メディアを選定して記事掲載等のプロモーション活動を実施すること。

（メディア選定例：ラーチャーゴー！日本）

実施にあたっては、台湾における訪日観光の現状を踏まえた内容とすること。

① WEB メディアへの掲載

掲載期間を半年間以上とし、委託者と協議の上で以下を含む掲載内容とすること。

- 「大洗海上花火大会」に関する紹介
- 町内の海に関する絶景、イベント、グルメ、体験などコンテンツの効果的な紹介
- （一社）大洗観光協会と連携して募集する、町内宿泊事業者5者程度の紹介

② リターゲティング広告

WEB メディア内でのリターゲティング広告を活用して、訪日観光予定者のクリック数 30,000 以上の獲得を目標とすること。

③ インフルエンサー活用

インフルエンサーを 2 名以上活用し、SNS 等を用い合計 5 件以上の記事投稿を実現すること。なお、招聘するインフルエンサーについては、(3) におけるモニターツアー実施時の対象者と重複しても差し支えないものとする。

(3) インバウンド向け旅行商品の造成

幅広い国籍のインバウンド客のうち、「ミドルレンジ富裕層」を主なターゲットとして、大洗における魅力・体験を組み合わせたツアーを 3 件以上造成する。

① コンサルティング

委託者や町内の観光関連事業者等から意見を聴取して、ミドルレンジ富裕層のニーズをとらえたコンテンツをピックアップし、モニターツアーの内容を提案すること。

提案にあたっては、以下の内容を含む大洗ならではの内容とすること。

- 「大洗海上花火大会」(9 月最終土曜実施予定) の観覧をキラーコンテンツとするツアーを、1 件以上設定する。
- 町内での宿泊を組み合わせたツアーとする。
- 海鮮料理や小規模クルーズ等、大洗の海に関する非日常的体験を組み合わせる。
- 高付加価値のコンテンツを提供し、富裕層に訴求できる内容とする。

最終的なツアーコースの設定は、受託者の提案をベースに、協議の上で決定する。

② 課題抽出のためのモニターツアー実施

①で提案されたツアーコースを基に、以下のとおりモニターツアーを実施し、属性、地域に対する認知度・関心度、ツアー内容及び各コンテンツについての評価(心象、価値、改善点等)、リピートの可能性等商品化に向けた課題抽出を行い、ツアーコースの改善を図る。

対 象 者：外国人(在日外国人含)、訪日外国人誘致に知見を有する旅行業界関係者等
対象人数：10～15 人

※上記と別に、発注者が調整する 5 人程度の関係者の参加を想定すること。

実施時期：令和 8 年 2 月 28 日まで

実施回数：1 回

実施地域：大洗町内(花火大会の観覧を除き、全体のツアープランを検証できる内容であること。)

モニターツアー実施にかかる経費は、本委託の費用で賄うものとし、ツアーの企画、調整、手配、運営等の一切の業務を受託者が行うこと。

③ 造成したツアーの販売基盤整備

モニターツアーの評価・検証結果を踏まえ、ターゲットとなる訪日外国人に訴求力が高く、かつ持続的に販売可能な観光コンテンツとして、商品化できるツアープランを提案すること。価格や販売方法、ターゲットに合わせた内容を検討し、具体的な提案とすること。また、次年度に向けた販売準備として、最終的なツアープランを3件以上設定し、販売資料を作成するとともに、商品化したツアープランについて旅行会社との次年度以降の販売開始に向けた提携、及び訪日向けOTAへの掲載に向けた提携を獲得すること。

5 本事業におけるKGIについて

各業務においては以下のKGI達成を目指すものとし、業務期間終了時に各指標に対する実績を取りまとめて報告すること。

(1) 旅マエにおけるデジタルプロモーションの実施

香港・台湾における「大洗」「大洗町」Google検索数：月間平均3,000以上

大洗観光協会HP「開運大洗」繁体字版・英語版アクセス数：15,000以上

インフルエンサー記事インプレッション数：150,000以上

(2) インバウンド向け旅行商品の造成

旅行代理店による事前販売提携：3件以上

訪日向けOTAの掲載に向けた提携：5件以上

モニターツアーにおける満足度（満足であると回答した割合）：80%以上