

人吉球磨観光地域づくり協議会
ブランド商品開発支援業務仕様書

1 業務名

人吉球磨観光地域づくり協議会ブランド商品開発支援業務

2 業務目的

本協議会では、平成30年度に定めた観光地域づくり戦略（推進期間：令和元年度～6年度）において、観光を人吉球磨の持続的な発展を支える産業と位置づけ、地域が一体となった観光地域づくりに取り組むことにより、戦略の基本理念に掲げた「人吉球磨を日本を代表する地方にする。」の実現を目指している。令和2年7月豪雨災害からの復旧・復興を見据え、マーケティングの視点に立った傘ブランドに様々な地域資源を統合して商品（食、お土産、アクティビティ、宿）を開発していく必要がある。

業務の実施に当たり、民間事業者の有する技術等を活用し、人吉球磨ブランド化を推進し、新たな地域商品における事業収入を構築するまでを戦略的に展開し確実な経済活性につなげることを目的として、各提案事業者の業務遂行に関しての知見、技術、経験等を見極め、本業務に最も適した事業者を選定するため、標記業務における委託事業者を公募型プロポーザル方式で募集する。

3 契約期間

契約締結日から令和4年3月18日（金）まで

4 業務内容

(1) ブランド商品開発実践事業

観光地域づくりの中核的な人材を育成するため、商品開発を行う事業者等を対象として、傘ブランドの理念や商品開発のノウハウ等を学ぶ講習会のほか、ブランド商品開発に係る助成金交付制度の説明会を開催すること。さらに、商品開発等をサポートする専門人材の配置する他、訴求力の高いメディア等との協力など事業者支援を強化すること。

また、開発した商品を販売するフェアやECサイト等を企画・開催し、事業収入が得られる体制を構築すること。

(2) ブランド商品開発助成事業

事業者等のブランド商品開発を支援する助成金交付制度を活用し、助成金交付に係る受付・審査・交付・報告といった運営管理業務を行うこと。

(3) 打ち合わせ等

業務を円滑に実施するため計画的な工程管理を行い、本協議会と常に綿密な連絡を取り、適切な業務執行を図ることとする。

打ち合わせを行った場合は、その都度、打ち合わせ記録を作成すること。

(4) 目標値

別紙、令和3年度事業計画 事業KPIを参照。

5 提出書類

(1) 本業務の着手に先立ち、受託者は、契約後速やかに次の書類を提出し、その承認を得ること。また、それらの変更についても同様とする。

ア 業務着手届

イ 業務実施計画書

ウ 業務工程表

エ 管理責任者及び主任担当者等届出書

オ その他本協議会が指示する関係書類

(2) 業務内容にかかる再委託が発生した場合は、業務再委託承認書を事前に本協議会へ提出し、承認を得ること。

(3) 提出書類の様式は本契約後協議会から提示する。

6 成果品

(1) 成果品：

- ・業務内容に沿った実施結果報告書
- ・業務実施において制作した電子データ等

(2) 成果品の納品方法

汎用性が高く、修正可能な電子データ及びPDFデータで作成し、電子記録媒体に保存して納品すること。

7 権利・義務の譲渡・守秘義務

契約から生じる一切の権利・義務を第三者に譲渡又は貸与してはならない。また業務で知り得た内容を第三者に漏えいしてはならず、業務完了後も同様とする。

なお、業務で使用する各種データに含まれる個人情報、行政機密等の取り扱いについては紛失、漏えいのないようにしなければならない。

8 留意事項

この仕様書は、本協議会が想定する最低限の業務の概要を示すもので、事業者の提案の内容を制限するものではない。

なお、業務内容については、決定した受託者の企画提案に応じ調整する場合がある。

9 その他

(1) 受託者は、業務着手前に本調査にかかる作業方針を提示し、承諾を得ること。

(2) 受託者は、本業務に関する参考事例を収集し、十分な事前調査を行うこと。

(3) 受託者は、業務の遂行に際し技術論文等の文献その他の資料を引用した場合には、その出典を報告書に明記すること。

(4) 受託者は、本業務で収集した参考事例等資料を提出すること。

- (5) 業務に必要な資料の収集に要する証明書・申請書等の交付は、受託者の申請による。
- (6) 受託者は、本業務の処理上知り得た秘密を他人に漏らしてはならない。業務完了後もまた同様とする。
- (7) 本業務の執行等に伴う費用は、本仕様書等に明記のないものであっても、原則として受託者の負担とする。
- (8) 本業務で得られた成果品の著作権、利用権は、ホームページへの掲載を含め本協議会に帰属する。
- (9) 本仕様書に明記されていない事項又は業務遂行に関して疑義が生じた場合は、本協議会と協議のうえ、その指示に従うこと。

【別紙】

令和3年度 事業計画 主な事業KPI

令和3年3月22日時点

No	活動方針	活動項目	細事業	事業KPI指標	R2年度		R3年度	指標の選定理由	目標値設定の考え方	備考
					目標値	実績値	目標値			
1	魅力ある商品の開発	ブランドの認知度向上	アドバイザー事業	アドバイザー設置に要する経費を計上したものであるが、その活動が協議会の事業の全般にわたり、成果が特定できないため、数値目標を設定しない。						
2	魅力ある商品の開発	ブランドの認知度向上	インナーブランディング事業	地域住民の傘ブランド認知度	50%	44%	60%	事業の目的であり、事業の活動成果が評価できる指標であるため	・R6年度には10人に9人（90%）の認知度を目標とするため、R3年度は60%の認知度を指す。	「PDCA運用基礎データの収集分析」で数値を把握
3	魅力ある商品の開発	ブランド商品の開発	ブランド商品開発実践事業	ブランド商品の開発件数	50件	16件	50件	事業の目的であり、事業の活動成果が評価できる指標であるため	・ブランド戦略を推進していくうえでの一団の商品数として、必要最小限の数を達成したい。	当該事業により商品を開発する者に対し、年度末にアンケートを実施し、数値を把握
4	魅力ある商品の開発	着地型旅行商品の開発	着地型旅行商品開発実践事業	当該事業による着地型旅行商品の開発件数	5件	0件	5件	事業の目的であり、事業の活動成果が評価できる指標であるため	・10市町村をエリアとして、2市町村ごとに1件を目標に商品造成を計画する。	当該事業により商品を開発する者に対し、年度末にアンケートを実施し、数値を把握
5	魅力ある商品の開発	着地型旅行商品の開発	重点旅行商品事業	当該事業による着地型旅行商品の開発件数	30件	0件	30件	事業の目的であり、事業の活動成果が評価できる指標であるため	・郡市の宿泊施設の参画はもとより、20人前後のグループのランチプランの受け入れができる飲食店を地域内に広く募り、旅行コースが設定できるようにする。	当該事業により商品を開発する者に対し、年度末にアンケートを実施し、数値を把握
6	魅力ある商品の開発	着地型旅行商品の開発	球磨焼酎ツーリズム事業	当該事業による着地型旅行商品の開発件数	5件	8件	5件	事業の目的であり、事業の活動成果が評価できる指標であるため	・他の観光施設とのセットではなく、球磨焼酎に主軸を置いたツアー造成を図る。	当該事業により商品を開発する者に対し、年度末にアンケートを実施し、数値を把握
7	魅力ある商品の開発	着地型旅行商品の開発	サイクルツーリズム事業	事業経費の一部を「市町村の枠を超えたデジタルプロモーション」に計上しているが、大半を連携団体が負担し実施することから、数値目標を設定しない。						
8	魅力ある商品の開発	着地型旅行商品の開発	アニメツーリズム事業	当該事業による着地型旅行商品の開発件数	5件	3件	5件	事業の目的であり、事業の活動成果が評価できる指標であるため	・個人旅行者が多くを占めるため、タクシー会社5社（つばめ、人吉、中央（あさぎり町）、多良木、湯前）と連携した旅行商品の開発を目指す。	当該事業により商品を開発する者に対し、年度末にアンケートを実施し、数値を把握
9	魅力ある商品の開発	***	***	旅行者の満足度	89.1	95.7% ※参考値	89.4%	事業の活動成果が評価できる指標であるため	・R2年度の観地協調査の95.7%は、サンプル数が少なかったため参考値。令和元年度調査の88.8%を基準に、対前年0.3%の伸び率で、R3年度は89.4%を目指す。	「PDCA運用基礎データの収集分析」で数値を把握
10	国内誘客の促進	ターゲットに向けたプロモーション	ツール事業	南九州3県からの延べ宿泊者数	86.6千人	28.2千人	88.7千人	事業の目的であり、事業の活動成果が評価できる指標であるため	・R元年の観地協調査の84,435人を基準に、延べ宿泊者数で設定した伸び率対前年2.4%と同じ伸び率で、R3年は88.7千人を目指す。	「PDCA運用基礎データの収集分析」で数値を把握
11	国内誘客の促進	ターゲットに向けたプロモーション	セールス事業	開発したブランド商品の売上	25,000千円	4,000千円	25,000千円	事業の目的であり、活動成果が評価できる指標であるため	・前年度の目標であるブランド商品開発50件で、1件あたり年間売上げ50万円の25,000千円を目指す。	商品開発に係る事業の参加者に対し、年度末にアンケートを実施し、数値を把握
12	国内誘客の促進	開発商品の販売促進		開発した着地型旅行商品の売上	30,000千円	0	30,000千円	事業の目的であり、活動成果が評価できる指標であるため	・9月から3月までの ①宿泊プラン 12千円×2千人②ランチプラン2千円×2千人③日帰りツアー10千円×20人×10コース④アニメタクシー5千円×30組を目指す。	商品開発に係る事業の参加者に対し、年度末にアンケートを実施し、数値を把握
13	国内誘客の促進	集客イベントの開催	イベント事業	集客イベントの来場者数	300人	-	300人	事業の目的であり、活動成果が評価できる指標であるため	・施設の収容人数を考慮し、猫寺50人、須恵文化ホール250人（50%）を目指す。	当該イベントの来場者数を把握

【基礎資料②】数値目標(事業KPI)

No	活動方針	活動項目	細事業	事業KPI指標	R2年度		R3年度	指標の選定理由	目標値設定の考え方	備考
					目標値	実績値	目標値			
14	国外誘客の拡大	インバウンドターゲットに向けたプロモーション	東アジア市場ツール事業	外国人宿泊者観光消費額	令和3年度調査によって現状値を把握し、令和4年度以降の目標を設定			事業の目的であり、事業の活動成果が評価できる指標であるため		「PDCA運用基礎データの収集分析」で数値を把握
15	国外誘客の拡大	インバウンドターゲットに向けたプロモーション	欧米豪市場ツール事業	外国人延べ宿泊者数	13.4千人	215人	13.8千人	事業の目的であり、事業の活動成果が評価できる指標であるため	・H30年の観地協調査の13,070人を基準に、延べ宿泊者数で設定した伸び率対前年2.4%と同じ伸び率で、R6年度での延べ宿泊者数15.2千人を達成するため、R3年は13.8千人を目指す。	「PDCA運用基礎データの収集分析」で数値を把握
16	市町村の枠を超えたデジタルプロモーション	Web・SNSによる地域情報の発信	Web等管理運営事業	公式サイト「風水・祈りの浄化町」のアクセス数(PV)	7.8千件/月	2,798件/月	3.4千件/月	事業の活動成果が評価できる指標であるため	・現状値2.8千件/月を基準に、公式サイト「風水・祈りの浄化町」・「人吉球磨ガイド」全体で設定した対前年20%の伸び率で、R3年度に3.4千件/月を目指す。	当該事業において数値を把握
17	市町村の枠を超えたデジタルプロモーション	Web・SNSによる地域情報の発信	Web等改修事業	公式サイト「人吉球磨ガイド」のアクセス数(PV)	12千件/月	21,440件/月	25.8千件/月	事業の活動成果が評価できる指標であるため	・現状値21.5千件/月を基準に、公式サイト「風水・祈りの浄化町」・「人吉球磨ガイド」全体で設定した対前年20%の伸び率で、R3年度は25.8千件/月を目指す。	当該事業において数値を把握
18	市町村の枠を超えたデジタルプロモーション	Web・SNSによる地域情報の発信	動画写真事業	公式フェイスブックのファン数(いいね!)	8,740件	8,174件	8,500件	事業の活動成果が評価できる指標であるため	・現状値8,174件を基準に、当初設定した対前年4%の伸び率で、R3年度には8,500件を目指す。	当該事業において数値を把握
19	市町村の枠を超えたデジタルプロモーション	SNSの活用	インフルエンサー事業	公式Instagramのフォロワー数	468件	673件	700件	事業の活動成果が評価できる指標であるため	・現状値673件を基準に、公式フェイスブックのファン数(いいね!)で設定した対前年4%と同じ伸び率で、R3年度に700件を目指す。	当該事業において数値を把握
20	継続的なデータ整備と受入態勢づくり	機運醸成と人材育成	おもてなし機運醸成事業	地域住民の誇りと愛着	57.8%	45%	60.1%	事業の活動成果が評価できる指標であるため		「PDCA運用基礎データの収集分析」で数値を把握
21	継続的なデータ整備と受入態勢づくり	受入態勢づくり	レンタサイクル自転車購入事業	レンタサイクルの利用台数	110台/月	0件	37台/月	事業の目的であり、事業の活動成果が評価できる指標であるため	水害により当初想定していたくま川鉄道沿線の6箇所での貸出が期待できないことから、貸出場所を2箇所とし、目標台数も1/3の37台とする。	当該事業において数値を把握
22	継続的なデータ整備と受入態勢づくり	受入態勢づくり	ワーケーションモニターツアー事業	モニターツアー参加者延べ人数	-	-	20名	事業の目的であり、事業の活動成果が評価できる指標であるため	・ツアー参加者10名×1泊2日=20名(延べ人数)。次年度以降、段階的に増やしていく予定。	当該事業において数値を把握