

秩父地域におけるマーケティング調査業務委託仕様書

1 業務名

秩父地域におけるマーケティング調査業務

2 目的

秩父地域（秩父市、横瀬町、長瀬町、皆野町、小鹿野町）の宿泊者数を増やすため、「酒」にまつわる体験（酒蔵見学、飲食店における飲酒等）を伴った観光戦略を策定するための市場調査を行う。

3 業務期間

契約日から令和2年3月31日（火）までの期間とする。

4 業務内容

- （1）「2 目的」を踏まえた仮説を立て、それを検証するための市場調査を行うこと。
- （2）2020年度～2021年度のマーケティング調査実施計画を提案すること。

5 必須事項

（1）市場調査

「4 業務内容」（1）は、次の①～③を満たした調査とする。

①調査を行う際は、ターゲット等の仮説を立てた上で調査票を作成すること。

なお、仮説を立てる際は、（一社）秩父地域おもてなし観光公社が指定する秩父地域の複数の事業者ヒアリングを行うこと。

②調査票は30問、500サンプル以上とする。

③「宿泊」、「酒」に関連する調査を行うこと。

（2）実施計画の提案

「4 業務内容」（2）の実施計画を提案するにあたっては、次の①～③について記載すること。

①（1）市場調査の結果を踏まえた観光施策の実施案

②①の観光施策の実施と、その効果検証

③②の効果検証を踏まえた2022年度以降の戦略案

（3）その他

業務を実施するにあたっては、（一社）埼玉県物産観光協会及び（一社）秩父地域おもてなし観光公社と協議すること。

6 成果品

委託期間終了までに、事業実施報告書（調査・分析結果、実施計画）を作成し、（一社）埼玉県物産観光協会に提出すること。（報告書の項目は、委託者と協議して決定する。）

- （１）印刷物 20 部
- （２）電子媒体（DVD-ROM 10 部）

7 委託業務実施にあたっての留意事項

- （１）委託業務の一部を共同実施可とする
- （２）（一社）埼玉県物産観光協会が受託者を決定した後、委託契約にあたり、この仕様書に定める事項及びこの仕様書に定められた事項以外に疑義が生じた場合は、遅滞なく（一社）埼玉県物産観光協会と協議を行うものとする。

8 参考情報

業務を実施するにあたり、次の（１）及び（２）を参考にすること。

（１）既存の戦略

現在の（一社）秩父地域おもてなし観光公社の戦略は次のとおり。

①第一ターゲット層：首都圏在住 20-40 代新規女性（西武鉄道様と同様）

第二ターゲット層：関西圏・台湾からの修学旅行生（農泊）

第三ターゲット層：台湾・フランス・アメリカ・タイの新規 20-40 代新規顧客

②ライバル：神奈川県箱根町、栃木県日光市

③秩父地域における総宿泊者数の目標値：2019 年度 456,500 人→2020 年度 457,000 人
（2018 年度実績 454,323 人）

（２）既存の秩父地域の来訪者情報

- ・日帰り 81% 宿泊 19%、男女別：男性 53% 女性 47%
- ・男性 40 代が 19%でトップだが、30 代 50 代も同程度
女性：50 代が 19%でトップだが、40 代 20 代も同程度
（女性は 20 代が伸びており、西武鉄道の土屋太鳳さん起用の効果と予想される）
- ・居住地：埼玉県 45%と圧倒的に県内観光客が多く、次いで東京が約 30%
- ・宿泊施設の平均稼働率：70-80%の間で推移している
- ・酒関係の生産量と消費量のバランス：生産量のほぼ 100%が消費されている
（ベンチャーウィスキーなどはマイナスで、地酒は地元での消費が 90%以上）