

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、「秩父の酒」を目的とした来訪につながる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3年3月31日（水）までの期間とする。

4 業務内容

（1）（一社）埼玉県物産観光協会（以下、「協会」という。）が2019年度に実施した調査の結果を踏まえ、「2 目的」に基づき仮説を立て、それを検証するための市場調査を行うこと。

（2）（1）の市場調査の結果をふまえての、2021年度～2022年度の国内外向けプロモーション等の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1～4を満たした調査とする。

- 1 調査を行う際のターゲットを、日本人で酒を好む層ならびに日本在住の外国人とすること。日本人の在住地域については埼玉県内と、県外は東京都・千葉県・神奈川県・群馬県・栃木県の各都県を必須とする。
- 2 今回の調査における仮説は、ターゲットが好みそうな秩父地域での酒にまつわる体験を含む滞在プラン（ストーリー）とする。
- 3 調査内容は、2のストーリーを提示し、秩父地域への宿泊を伴う来訪意欲を問うアンケートを中心とする。
- 4 ストーリーの作成にあたって、（一社）秩父地域おもてなし観光公社（以下、「公社」という。）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）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2021年度～2022年度の実施計画案

(3) その他

業務を実施するにあたっては、協会及び公社と協議すること。

6 成果品

令和3年3月26日（金）までに、調査の集計データ及び事業実施報告書（調査・分析結果、実施計画）を作成し、協会に提出すること。（報告書の項目は、協会と協議して決定する。）

(1) 印刷物 10部（事業実施報告書のみ）

(2) 電子媒体（調査の集計データはエクセルデータ、事業実施報告書はPowerpoint データ）

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) 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)～(4)を参考にすること。

(1) 協会が2019年度に実施した「秩父地域におけるマーケティング調査」の結果
※参加意向届を提出した事業者にのみ公開

(2) 現在の公社の戦略上のターゲットは次のとおり。

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

(3) 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%

(4) 秩父地域の「酒」ならびに宿泊に関する現況

・秩父地域における総宿泊者数の目標値：2019年度432,000人→2020年度280,000人
（2018年度実績456,500人）

・宿泊施設の平均稼働率：約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）