

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4年3月31日（木）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2020年度に実施した調査の結果を踏まえたプロモーション企画案をもとにした「テストマーケティング」「協会主催ツアーの満足度調査」ならびに「『ちちぶ乾杯共和国』事業企画に関する調査」を実施し、そこから得られたデータに対する分析、検証を行うこと。
- (2) (1) の分析、検証の結果をふまえての、2022年度以降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) テストマーケティング

内容は、次の①～⑤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。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・茨城県の各都県のうちいずれかとする。
- ② 今回の調査に用いるコンテンツは、協会が2020年度に実施した調査の結果を踏まえたプロモーション企画案をもとに作成した体験型コンテンツとする。
- ③ 調査に協力するモニターの人数は、1コンテンツあたり日本人男女各2名以上、外国人の男女各2名以上とする。
- ④ 調査内容は、ターゲットのコンテンツに対する満足度を問うアンケートを中心とする。
- ⑤ コンテンツの選定にあたって、(一社) 秩父地域おもてなし観光公社（以下、「公社」という。）にヒアリングを行うこと。

(2) 協会主催ツアーの満足度調査

協会が今年度企画・催行する、秩父地域の酒を素材として扱うツアーの参加者に対し、満足度を問うアンケートを実施し、集計と分析を行うこと。

(3) 「ちちぶ乾杯共和国」事業企画に関する調査

今年度「ちちぶ乾杯共和国」事業において実施する企画のうちひとつ以上を対象に、「秩父の酒」を目的とした来訪につながる観光戦略の策定につながる調査を行うこと。企画の選定にあたっては公社にヒアリングを行うこと。対象となる企画は以下の通り。

- ・インスタでの「秩父ペアリング」キャンペーン
- ・YouTubeでの「ちちぶ乾杯共和国」アプリ加盟店の紹介動画
- ・「ちちぶ乾杯共和国テイastingカフェ」設置
- ・西武鉄道、秩父鉄道が主催するイベントへの参加

(4) 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 テストマーケティング結果を踏まえた、体験型旅行商品の販売実施案
- ② 協会主催ツアーの満足度調査の結果を踏まえた、参加者の満足度と収益性双方の向上を達成するための改善案
- ③ 「ちちぶ乾杯共和国」事業企画に関する調査の結果を踏まえた、「秩父の酒ファン」増加に向けた企画案

5 その他

- (1) 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。
- (2) 感染症拡大防止措置等の事情により5(1)～(3)の調査のうちいずれかの実施が困難と判断された場合、代替となる調査項目を提案し、協会及び公社と協議のうえ実施すること。

6 成果品

令和4年2月28日(月)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)～(5)を参考にすること。

- (1) 協会が2020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) 「令和3年度ちちぶ乾杯共和国」事業計画書
※参加意向届を提出した事業者にのみ公開
- (3) 現在の会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
- (4) 既存の秩父地域の来訪者情報（令和2年度）
 - ・日帰り 78% 宿泊 22%、男女別：男性 51% 女性 49%
 - ・男性：40代、50代で41%。女性：40代以上で60%
（女性は20代は伸びていたが、令和2年度は男女ともに20代が減少した）
 - ・居住地：埼玉県 54%と圧倒的に県内観光客が多く、マイクロツーリズムの影響で伸びている。次いで東京が約 29%
- (5) 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：実績
 - 2018年度 456,500人
 - 2019年度 458,000人
 - 2020年度 342,874人（稼働率：約60%に激減）
 - ・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
（ベンチャーウイスキーなどはマイナスで、地酒は地元での消費が90%以上）