

この仕様書は企画提案書作成用であり、事業の実施に係る要求水準を示すものである。企画提案競技後、一般社団法人埼玉県物産観光協会は契約候補者と協議を行い、双方の合意が図られた場合は、仕様書を契約候補者の企画提案内容に合わせ修正の上、契約を締結する。

「新しい旅のスタイル・働き方を主とした観光事業」マーケティング業務委託仕様書（案）

## 1 業務名

「新しい旅のスタイル・働き方を主とした観光事業」マーケティング業務

## 2 目的

（一社）埼玉県物産観光協会（以下、「協会」という。）が埼玉県内の宿泊者数ならびに観光消費額の増加を目的とした、テレワークやワーケーション、ブレッジャー等の「新しい旅のスタイル・働き方」に対応した観光戦略を策定するための過去2年の市場調査の結果を踏まえ、「アクセスの良さ×仕事空間の快適さ×ご当地体験の気軽さ」を基本コンセプトとした「埼玉版ワーケーション」が県内観光消費増へ寄与する施策として定着することを目指し、当業務を実施する。

## 3 業務期間

契約日から令和7年3月31日（月）までの期間とする。

## 4 業務内容

- (1) 埼玉県内への来訪・滞在を促す専用ウェブページ制作
- (2) デジタルマーケティングツールを活用した認知度の向上
- (3) データマーケティングの視点を取り入れた埼玉版ワーケーションモデルの構築

## 5 必須事項

「埼玉版ワーケーション」を定着させるため、ひとりでの行動、趣味などを積極的に楽しむ「おひとりさま」層をメインターゲットと想定し、以下の業務を実施すること。

- (1) 埼玉県内への来訪・滞在を促す専用ウェブページ制作

① 専用ウェブページを制作すること。設置場所は埼玉県公式観光サイト「ちょこたび埼玉」内とし、同サイトの運營業務委託事業者と情報共有のうえ、データの受け渡しならびに公開準備を進めること。制作に関し、現在公開中の専用ウェブページ「埼玉ワーケーション」を改修することも可とする。

② 条件を満たすワークスペース、宿泊施設の情報を掲載したウェブページの制作

条件については協会が令和4年度に実施した『「新しい旅のスタイル・働き方を主とした観光事業」マーケティング調査』結果のうち、「埼玉県におけるワーケーションに関するGAP調査 報告書」内「Q6. ワケーション環境における重視点について」の回答結果等も参考とすること。

掲載施設の情報については「埼玉県 テレワークポータルサイト」ならびに埼玉県北部

地域移住・定住交流サイト「埼玉移住」内ページ「埼玉ワーケーションのススメ」へ掲載されている各施設も参考とし、100軒以上掲載すること。

③ モデルコースの作成

埼玉県内でのテレワーク・ワーケーションを目的とした滞在について、使用するワークスペースや当地での体験コンテンツをタイムスケジュールに沿って示したモデルコースを「日帰り」「1泊2日」を中心とした滞在期間別に、計5コース以上作成すること。モデルコース作成に際しては協会が令和4年度と5年度に実施した「『新しい旅のスタイル・働き方を主とした観光事業』マーケティング調査」の結果に示したターゲットや滞在スタイルに関する調査結果も参考とすること。

また専用ウェブページへの掲載に際しては滞在中のスケジュールと、滞在を通して発生する費用の目安を表示すること。

④ 宿泊施設予約ページへのリンクの設置

上記②の宿泊施設の情報には、各宿泊施設が扱っているオンライン宿泊予約サイトへのリンクボタンを設置し、埼玉県内でのワーケーションに関心を持ったウェブページ閲覧者の来訪・滞在を促進すること。

⑤ ページ閲覧数等から掲載したプランや施設への興味・関心の度合を分析し、来年度以降の事業実施計画の際の参考データとして用いること。

⑥ 本年度ならびに翌年度以降の、ウェブページを活用したプロモーションやキャンペーンなどの施策への展開を想定して制作すること。

⑦ 本契約の完了後も本業務を協会が継続できるよう必要な措置を講じること。

(2) デジタルマーケティングツールを活用した認知度の向上

① 「埼玉版ワーケーション」のコンセプトである「アクセスの良さ×仕事空間の快適さ×ご当地体験の気軽さ」を具体的な滞在イメージに落とし込んだ情報発信を行うこと。

② 15秒から30秒のプロモーション動画を、ターゲットとなる年齢層や性別ごとに計3本以上制作すること。動画制作にあたっては「おひとりさま」での来訪、滞在を想定し、来訪動機を高めるアクティビティを組み込むこと。完成した動画は協会の管理するYouTubeチャンネルでの公開や(1)で制作した専用ウェブページへの埋め込み等、露出機会を高める方法について検討するほか、動画のターゲットと親和性のあるSNS・WEBを活用し、広告配信を適宜行うこと。

③ 具体的な滞在イメージの提案にあたっては、協会が令和4年度に実施した「『新しい旅のスタイル・働き方を主とした観光事業』マーケティング調査」結果のうち、「埼玉県におけるワーケーションに関するGAP調査 報告書」内「Q7. 埼玉県内における興味のあるワーケーションプランについて」「Q8. 埼玉県の観光資源に関するイメージについて」「Q9. ワーケーションの目的となる埼玉県の観光資源について」「Q10. ワーケーションにおける埼玉県の魅力について」の回答結果等も参考とすること。

④ 動画閲覧数等から投稿した滞在イメージへの興味・関心の度合を分析し、来年度以降の事業実施計画の際の参考データとして用いること。

⑤ 効果検証として、(1)で制作した専用ウェブページならびにプロモーション動画を閲覧した人へテレワーク・ワーケーションを目的とした来訪意欲を問うアンケートを行

い、興味・関心の度合を分析すること。アンケートには「埼玉の酒」にまつわる体験・消費に対する意欲についての質問（※）を設けること。

また、当事業の情報発信と実際のワーケーションを目的とした来訪・滞在の相関についてもデータを取得し分析を行うこと。

※当事業は、令和元年度から令和3年度に実施し「酒好きの層に酒を満喫するプランを用意することで有効なプロモーションが実施できる」と結論付けた「秩父の酒」を核とした宿泊観光客拡大プロジェクト」におけるマーケティング調査事業の後継事業に該当

- ⑥ 本契約の完了後も本業務を協会が継続できるよう必要な措置を講じること。

#### （3）データマーケティングの視点を取り入れた埼玉版ワーケーションモデルの構築

- ① 埼玉県内でワーケーション受け入れについて先行して取り組んでいる地域にて、現地でのワーケーション実施者を対象とした実態調査を行うこと。
- ② 調査にあたって、宿泊の有無、現地での観光消費、酒に関する消費等を問うほか滞在中の満足度など、ワーケーションを通じた地域の観光経済への寄与を検証するための質問を設けること。
- ③ 今回の調査結果と、協会が令和4年度・5年度に実施した調査結果をもとに、ワーケーションの受け入れについて未着手の地域や事業者における施策立案の際の参考資料として活用されることを想定した「埼玉版ワーケーションモデル（案）」を、編集・構築すること。
- ④ 埼玉県内の地域・事業者を対象に「埼玉版ワーケーションモデル（案）」の、ワーケーションの施策としての魅力度調査を行い、来年度以降の事業実施計画の際の参考データとして用いること。

#### （4）実施計画の提案

「4 業務内容」(4)の実施計画を提案するにあたっては、(1)から(3)の各業務の効果検証の結果を踏まえた観光施策の実施案について記載すること。

### 6 その他

- (1) 業務を実施するにあたっては、協会と協議すること。
- (2) やむを得ない事情により調査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、協会と協議のうえ実施すること。

### 7 成果品

令和7年2月28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。）あわせて、専用ウェブページ・プロモーション動画制作に関するデータも提出すること。電子データについては最新版のウイルス対策ソフトでウイルスチェックを行うこと。

- (1) 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）
- (2) 専用ウェブページに関する電子データ

- ①サイト内のコンテンツを構成するファイル式（HTML、スクリプト、画像等）
  - ②使用した画像及び動画データ（但し、協会から提供されたデータを除く。）
  - ③ロゴ、バナー、アイコン等のデザインデータ（ai データ等）
- (3) プロモーション動画に関する電子データ
- ①本事業において撮影・制作した画像及び動画データ（但し、協会から提供されたデータを除く。）
  - ②ロゴ、バナー、アイコン等のデザインデータ（ai データ等）
- また、専用ウェブページのアクセス数や配信した動画の閲覧数などのウェブ媒体に関する集計データについては3月31日（月）までの数値を取得し、提出すること。

## 8 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。

## 9 参考情報

- (1) プロモーションのターゲットやデータの活用など業務実施の方向性については、「第3期 彩の国DMO戦略」に沿った内容とすること。  
※「第3期 彩の国DMO戦略」は別紙の参考資料とあわせて埼玉県公式観光サイト「ちよこたび埼玉」に掲載 (<https://chocotabi-saitama.jp/about/>)
- (2) 業務を実施するにあたり、以下の取り組みを参考にすること。
  - ① 協会が令和4年度に実施した「『新しい旅のスタイル・働き方を主とした観光事業』マーケティング調査」の結果（※）
  - ② 協会が令和5年度に実施した「『新しい旅のスタイル・働き方を主とした観光事業』マーケティング調査」の結果（※）
  - ③ 秩父地域おもてなし観光公社によるポータルサイト「秩父でワーケーション」(<https://www.chichibu-omotenashi.com/workation/>)
  - ④ 秩父市の民間事業者によるポータルサイト「えらべるしごと場 秩父 de work」(<https://www.eraberushigotoba.com/>)
  - ⑤ 埼玉県 テレワークポータルサイト (<https://www.pref.saitama.lg.jp/telework/>)
  - ⑥ 埼玉ワーケーションのススメ（埼玉県北部地域地方創生推進協議会）(<https://www.saihoku-ijuu.com/workation>)
  - ⑦ 埼玉県西部地域5市でワーケーションの実証実験を行いました（埼玉県ホームページ）(<https://www.pref.saitama.lg.jp/b0108/workation/workation.html>)
  - ⑧ 埼玉県西部地域5市で実施したワーケーションの実証実験結果がまとまりました（埼玉県報道発表）(<https://www.pref.saitama.lg.jp/documents/233268/news2023042401.pdf>)
  - ⑨ 埼玉県公式観光サイト「ちよこたび埼玉」で公開中のAIによる観光コース作成機能

[\(https://chocotabi-saitama.jp/modelcourse/\)](https://chocotabi-saitama.jp/modelcourse/)

※①、②は参加意向届を提出した事業者にのみ公開