

**「農業大国新潟」アグリツーリズム海外展開業務
委託仕様書**

1 事業の目的及び趣旨

本県の強みである「食」の素材を産み出す農業や漁業等の第一次産業（以下、農業等という。）に関する体験とそこに携わる人々との交流を観光コンテンツとして磨き上げ、インバウンド向け商品としての販路開拓や情報発信を実施することで、本県におけるグリーンシーズン（4月～11月）のインバウンド誘客促進を目的とする。また、本取組を通じて、将来的な海外における県産品のブランドイメージ浸透や輸出拡大、農山漁村地域の活性化へ寄与することも目的とする。

2 事業実施の背景となる本県の強み

本県の農林水産資源における高い品質や独自性などを活用して発信することで、他県との差別化を図ることが可能と考えられる。例として以下のような品目が強みとなる資源として想定されるが、磨き上げるコンテンツは以下に示した資源に関連するものに限らない。

品目	項目	全国順位
米	・産出額、水稻収穫量、水稻作付面積	1位
	・農水省「つなぐ棚田遺産」認定数	1位
錦鯉	・観賞用錦鯉養殖業経営体数	1位
	・全日本総合錦鯉品評会(R7、R8)	優勝
えだまめ	・作付面積	1位
ル レクチエ	・西洋なし収穫量、出荷量	2位

品目	独自性
のどぐろ(美宝)	主に県内の寿司店等で提供
鮭	鮭のフルコースは村上市独自文化

《参考》県推進ブランド品目
<http://niigata-brand.jp/>

3 委託業務の名称

「農業大国新潟」アグリツーリズム海外展開業務

4 委託期間

委託日から令和9年3月19日（金）

5 委託料の上限額

13,225,000円（消費税及び地方消費税含む）

※委託業務の実施に必要な一切の費用を含むものとする。

6 委託業務の内容

(1) アグリコンテンツの掘り起こし・磨き上げ

ア 県内の農業等の体験コンテンツを調査し、インバウンド受入の可能性のあるコンテンツを6コンテンツ以上掘り起こすこと。なお、掘り起こしに当たっては、別途新潟県が実施する農業等関係者への意向調査の結果を踏まえること。

イ コンテンツの掘り起こしに当たっては、地域や業種のバランスに配慮することとし、特定の地域や業種に偏らないようにすること。

ウ 掘り起こしたコンテンツについて、インバウンド向け観光コンテンツの有識者等（以下、有識者等という。）2名以上による実査を行い、インバウンドに訴求し、付加価値を高めるためのコンテンツ充実や、受入に当たっての改善に関するアドバイスを求め、コンテンツを運営する農業等事業者（以下、コンテンツ事業者という。）と連携して磨き上げを行うこと。

<企画提案書に記載を求める情報>

①コンテンツ掘り起こしのための調査手法

②現時点で磨き上げが見込まれる体験コンテンツ（3コンテンツ程度）

③実査を行う有識者の候補（2名程度）

④コンテンツ磨き上げの手法・イメージ

（これまでに観光コンテンツを磨き上げた事例など）

⑤その他、コンテンツの掘り起こし、磨き上げに当たって必要な事項等

(2) セールスツールの整備・販路開拓

ア 磨き上げを行ったコンテンツのうち、商品化の可能性が高い3コンテンツ以上について、コンテンツごとの体験内容、価格表などをまとめたタリフを作成すること。なお、(1)で掘り起こしたものの、当年度の商品化に至らなかったコンテンツについても、引き続き、次年度以降の磨き上げや商品化を視野に入れて取り組むこと。

イ アのコンテンツについて、主要駅等からの二次交通、周辺宿泊施設、モデルコースをまとめたセールスシートを作成すること。

ウ 下記7に記載するターゲットとなる市場への販路を持つ国内ランドオペレーターへ磨き上げたコンテンツのセールスを実施すること。

エ セールスの状況を踏まえ、コンテンツの販売が見込まれるランドオペレーターを招請し、コンテンツの視察を実施すること。

オ 招請後は、コンテンツ事業者にフィードバックするとともに、販路開拓に向けたフォローアップを確実に行うこととし、短期成果に加え、継続的な送客につなげること。

<企画提案書に記載を求める情報>

①タリフ及びセールスシート作成イメージ

②セールス先の候補となるランドオペレーター（3社程度）と選定理由

③その他、セールスツールの整備及び販路開拓に当たって必要な事項等

(3) 海外旅行会社及びメディア招請

ア 旅行商品の造成や販売促進に向け、有力な海外旅行会社の商品造成担当者を招請し、(2)で販路を開拓したコンテンツの視察を実施すること。

イ 招請後は、コンテンツ事業者にフィードバックするとともに、送客に向けたフォローアップを確実に行うこととし、短期成果に加え、継続的な送客につなげること。

ウ ターゲット市場の訪日旅行関心層に対して発信力のある海外メディアまたはインフルエンサー（以下、メディア等という。）を招請の上、コンテンツの取材を実施し、媒体を通じた情報発信を実施すること。

エ ターゲット市場から旅行会社2社2名以上、メディア等2者以上の計4名以上を招請することとし、旅行会社とメディア等に分けて実施すること。また、県内で2泊3日以上行程とすること。

オ 招請にはそれぞれ通訳ガイドを付けるなど、事業の内容が招請者に伝わるよう配慮することとし、積極的に県内の通訳ガイドを活用し、通訳ガイドの対応力強化にも寄与すること。

<企画提案書に記載を求める情報>

- ① 提案者がこれまでに取引関係等があり、今回の業務で招請候補となる旅行会社の概要及び選定理由（ターゲット市場から2社程度）
- ② 提案者がこれまでに取引関係等があり、今回の業務で招請候補となるメディア等の概要及び選定理由（ターゲット市場から2者程度）
- ③その他、海外旅行会社及びメディア招請に当たって必要な事項等

(4) 自由提案

本仕様書に定める委託業務の内容に加え、予算内で独自の自由提案を行うことができる。本事業の趣旨を踏まえて、効果を最大化させるために有効な取組を提案し、具体的に記載すること。

7 ターゲット

以下の市場における訪日旅行関心層をターゲットとして想定するが、コンテンツの内容により、委託者と協議の上で、これ以外の市場をターゲットとすることも可とする。

市場	特性	R7 県内延べ宿泊者数（人泊）	R7 訪日客旅行消費単価（円）
フランス	○訪日旅行時に周遊する傾向がある ○混雑している地域よりもあまり知られていない地域を好む ○県内観光地でも特に佐渡が好まれる	2,690	371,778
豪州	○新規訪日層、リピーター層ともに豊かな自然、ローカルフードなどが人気のコンテンツ ○サステナブル・ツーリズムへの意識が高い	39,000	406,845
台湾	○地方人気が高い ○家族連れなどに農山漁村体験が人気 ○新潟県における市場別延べ宿泊者数が最多	152,120	182,774

香港	○日本ならではの季節感のある風景やフルーツ狩りなどが人気 ○錦鯉、ル レクチエの輸出量が多い	53,690	227,143
シンガポール	○訪日経験のあるリピーター中心の成熟市場 ○認知されていない地方の魅力、学びの要素を含む旅行などが人気	24,700	323,724

8 留意事項等

(1) 全体事項

ア 本県では令和8年度に部局横断で『「農業大国新潟」アグリツーリズム推進事業』を実施することとしており、本業務もこの事業の一環として実施するものである。他部局においても、受入体制の確立や受入体制強化・人材育成に取り組む予定であり、これらの事業の担当部局や受託事業者と連携しながら本業務を実施すること。

イ 本業務は、単年度で完結するものではなく複数年で取り組む計画であることを踏まえ、本事業の目的が達成されるよう短期的な成果だけでなく、中期的に、より大きな成果を出すことを意識して業務を実施すること。

ウ 本県では、新潟県観光立県推進行動計画において、本県の観光資源に共通する根源的価値を「大地と雪の恩恵」として、ブランドコンセプトをまとめており、業務の実施に当たっては、このコンセプトを理解したうえで、ターゲットに訴求するよう意識すること。

《参考》新潟県観光立県推進行動計画

<https://www.pref.niigata.lg.jp/sec/kankokikaku/1500029840507.html>

(2) アグリコンテンツの掘り起こし・磨き上げ

ア コンテンツの磨き上げに当たっては、県内に意欲的なコンテンツ事業者が多数いる場合には、予算の範囲内でより多くのコンテンツを磨き上げること。

イ コンテンツの磨き上げ前後でどのように変化し、どれくらいの付加価値が付いたのか分かるように報告書を作成すること。

(3) セールスツールの整備・販路開拓

ア 本事業でタリフ等作成のために撮影した素材（画像・動画）を、新潟県及び新潟インバウンド推進協議会が新潟県の魅力を国内外に紹介する目的で使用する場合は、原則、二次利用可能なものとし、その旨を事前に撮影者に確認し、承諾を得ること。ただし、利用が困難と認められる場合は、委託者と受託者が協議の上、利用の可否等を決定する。

(4) ランドオペレーター、旅行会社及びメディア招請 ※上記6(2)エ及び6(3)関係

ア 招請に関して必要な旅費、宿泊費、コンテンツ体験料、食費等は、全て委託料に含めること。また、アテンド、手配に係る業務は受託者が実施すること。

イ 手配に関しては第三者に再委託することも可とするが、アテンドについては受託者で行うこと。アテンド、手配する主体にかかわらず招請に当たっては以下の点に留意すること。

- ・受託者は被招請者が旅行保険（旅行期間中における病気・怪我・物損等に対応するもの）に加入するように促すこと。なお、旅行期間中に被招請者が病気・

怪我・物損等をした場合においても、委託者は一切の責任を負わない。

- ・宿泊は、原則1名1室とすること。但し、被招請者の要望により1室2名以上となることは妨げない。
- ・コンテンツ視察の際にはコンテンツ事業者の解説及び立ち合いを必須とし、その他の各訪問先においても、可能な限り施設管理者又は滞在地域関係者の同行、解説を手配すること。なお、宿泊施設については、部屋及び施設のインスペクションを実施すること。
- ・被招請者の健康管理に留意することとし、体調不良等異常が生じた場合は、速やかに委託者と協議の上適切な対応をとること。

(5) 情報発信

ア 媒体での発信内容は、日本語に翻訳した上で、委託者へ報告すること。

イ 令和5年10月1日より施行された景品表示法第5条第3号の規制対象とならないよう、ステルスマーケティング対策を行うこと。具体的には、新潟県及び新潟インバウンド推進協議会が依頼主であること、新潟県及び新潟インバウンド推進協議会から金銭の授受や物品・サービスの提供を受けていることを、情報発信時に明示させること。

9 効果測定の設定

下記項目をKPI（目標値）として設定し提案すること。なお、中期的（3年間）目標はグリーンシーズン（4月～11月）における本県内の外国人延べ宿泊者数をR7実績（約29万人泊）から1割以上増加させることとし、これを意識したKPIとすること。

(1) アウトプット

ア 磨き上げるコンテンツ数…6コンテンツ以上で提案すること

イ ランドオペレーターへのセールス件数…5社以上で提案すること

(2) アウトカム

ア コンテンツ取扱ランドオペレーター数…提案すること

イ 海外旅行会社による旅行商品造成数※見込みを含む…提案すること

ウ メディア等を通じたリーチ数…提案すること

10 成果物の提出

(1) 納入期限

ア 本業務の実施内容、実施結果、課題、提言等を整理した報告書を以下の期限までに納入すること。

期限：令和9年3月19日（金）

イ 本業務実施期間中であっても、委託者が必要と認めた場合には、業務の実施状況について、簡易レポートを作成し、報告すること。

ウ また、ア及びイの内容について、委託者が必要と認めた場合には対面またはオンラインでの報告会を実施すること。

(2) 納入場所

新潟インバウンド推進協議会（新潟県観光文化スポーツ部国際観光推進課内）

(3) 納入方法

ア (1)アの報告書

実施内容・結果等をまとめた報告書及び提言（A4）

※PDF ファイルで納入すること。

※様式は任意とするが、視覚的に認識しやすいものと文字説明を組み合わせて、大冊にならないように簡潔明瞭にまとめること。

イ (1)イの簡易レポート

A4 サイズを基本にメール提出すること。

11 再委託

原則、業務は委託業者が実施すること。業務の再委託を行う場合は、あらかじめ新潟インバウンド推進協議会の承諾を得ること。

12 その他

- (1) 受託者は、委託者との協議の上、業務を進めること。
- (2) 受託期間中は業務の進捗状況を定期的に報告すること。
- (3) 本業務において取り扱う個人情報については、個人情報保護法及び新潟県個人情報保護条例に準じて、適正に取り扱うものとする。
- (4) 受託者は、本業務の実施に関して知り得た秘密を他に漏らし、又は自己の利益のために利用することはできない。
- (5) 成果物に係る一切の権利は、新潟県及び新潟インバウンド推進協議会に帰属するものとする。
- (6) 各種権利に関する確認や登録商標に関する確認（権利侵害の有無等）は、受託者が行うこと。
- (7) 本仕様書に疑義が生じたとき、本仕様書により難い事由が生じたとき、あるいは本仕様書に定めのない事項については、委託者と受託者が協議の上、決定する。