

マウンテンリゾートを核とした新潟デスティネーション創出コンテンツ造成・磨き上げ業務に関する質問事項への回答

令和8年5月28日

新潟インバウンド推進協議会事務局

(新潟県観光文化スポーツ部国際観光推進課)

番号	該当項目	質問	回答
1	実施要領 1	妙高市内で開業予定のラグジュアリーホテルについての情報をいただけるか？事業の概要及びコンセプトや重視する価値観など。 「妙高市内で開業予定のラグジュアリーホテルが重視する価値観」を具体的にお知らせいただく事は可能でしょうか？	妙高市内で開業予定のホテルは「シックスセンス妙高」です。本事業では、仕様書にも記載のとおり、同ホテルが一般的に発信している価値観や、JNTO等が整理する高付加価値旅行者の一般的なニーズを事業の参考とするものです。具体的な情報につきましては、公開されている情報の範囲で、各提案者において適宜ご確認いただき、提案に反映してください。
2	実施要領 1	「高付加価値旅行者」の定義として、想定している客単価・滞在日数・国籍はありますか。	「高付加価値旅行者」について、客単価・滞在日数・国籍などの基準は設けていません。事業者において適宜設定してください。
3	実施要領 2(3)	本事業の精算等も含めた終了時期はR9年4月末との認識でよろしいでしょうか	委託期間は実施要領記載のとおり、令和9年3月19日（金）までです。
4	実施要領 3	テーマを別事業者採択する場合、連携調整は県主導でしょうか。	テーマを別事業者が受託した場合、最初の基本的な方向性整理や情報共有などの初期調整は県が行います。そのうえで、具体的な連携・調整については、各受託者において主体的に進めていただくことを想定しています。
5	実施要領 3	2テーマを同一事業者で行う場合、各テーマでの予算上限はありますか。	提案時は1テーマあたり10,000,000円を想定していただきますが、2テーマを一括で受託する場合は、総額の範囲内で事業者において適宜配分を調整していただくことが可能です。
6	業務委託仕様書 1	仕様書のp1の目的に「妙高市内で開業予定のラグジュアリーホテルが重視する価値観」とありますが、ホテル担当者との接点は新潟県様・新潟インバウンド推進協議会様の方でお持ちでしょうか。接点をお持ちの場合、ヒアリングのために、受託後に担当者をご紹介いただくことは可能でしょうか。	ホテル関係者との基本的な接点は事務局で把握しており、受託後に必要に応じて紹介します。あわせて、本事業では、ホテルに限らず、地域の関係者（観光事業者、自治体、DMO等）から幅広く意見を収集・連携して実施していただくことを想定しています。これらの関係者については、事務局からの紹介に加え、受託事業者において自主的に開拓・ヒアリングを進めてください。
7	業務委託仕様書 5	1テーマのみの受託の場合、実施範囲やKPI設定は調整可能でしょうか。	1テーマのみを受託する場合であっても、実施範囲は仕様書に記載の全ての実施項目を対象とします。そのうえで、KPIについては当該1テーマ分として適切な範囲で設定いただいて問題ありません。
8	業務委託仕様書 5(1)	「旅行者層は、富裕層を含む高付加価値旅行者層及び滞在型・体験志向の旅行者層」をインバウンドと想定した場合、どのエリアのインバウンドを優先して対象としたいかという思惑はございますでしょうか？	本事業として優先したいターゲットは設けていません。 造成するコンテンツの特性等に応じて、事業者において適切なターゲットを設定してください。
9	業務委託仕様書 5(2)	「2テーマ」設定とありますが、テーマ同士の関連性は必要でしょうか。	「2テーマ」について、テーマ同士の関連性を求めるものではありません。
10	業務委託仕様書 5(3)	新規コンテンツの「掘り起こし」の定義について コンテンツの造成件数について、「最低4件、かつ、うち1件は新規で掘り起こす」こととありますが、この「新規の掘り起こし」の定義について確認させてください。すでに国内向け（日本人旅行者向け）の体験プログラムや地域資源として一定の形で存在しているものの、インバウンド（外国人旅行者）向けには未提供・未整備である資源について、本事業を通じてインバウンド向けへの磨き上げ、多言語化、動線・安全管理等の受入体制を整備し、新たに販売可能な水準に仕上げるアプローチについても、「新規の掘り起こし」に含めるという認識でよろしいでしょうか。	「新規の掘り起こし」については、これまで体験プログラムとして提供されていない地域資源を、新たにインバウンド向けの体験として造成し、販売可能な水準に仕上げる取組を指します。したがって、既に国内向けとして一定の形で提供されている体験プログラムや地域資源については、「磨き上げ」に該当するものと整理しています。については、これらをインバウンド向けに多言語化や受入体制整備等を行い、販売可能な形に再構築する取組は、「新規の掘り起こし」ではなく「磨き上げ」として扱います。

番号	該当項目	質問	回答
11	業務委託仕様書 5(3)	「新規掘り起し」とは ・完全新規造成 ・未販売コンテンツの商品化 ・既存体験の再編集 のどこまで含みますか。	「新規掘り起こし」に該当するのは、これまで体験プログラムとして提供されていない地域資源を、新たに商品化する取組を指します。したがって、 ・完全新規造成 ・未販売コンテンツの商品化（地域内で構想や試行はあっても、販売実績がないものを初めて商品化する場合）が含まれます。
12	業務委託仕様書 5(3)	「グリーンシーズン優先」とありますが、冬季コンテンツ提案の比率制限はありますか。	冬季コンテンツの提案比率について特段の制限は設けていません。ただし、本事業の趣旨として、グリーンシーズン向けのコンテンツ造成を優先的に検討いただくことを想定しています。そのうえで、全体の価値向上に資する範囲で冬季コンテンツを組み合わせることは問題ありません。
13	業務委託仕様書 5(3)	周遊型コンテンツはホテル宿泊も目的としてとらえ1泊以上する事を前提としたコンテンツ造成という認識でよいか？日帰りは考えていないか？	本事業における周遊型コンテンツは、県内宿泊を伴う行程を前提としています。したがって、日帰りのみを前提としたコンテンツ造成は対象として想定していません。
14	業務委託仕様書 5(3)	本件の目的達成、高付加価値がより高められると考えられた場合、他県コンテンツとの組み合わせも可能でしょうか？あくまでも新潟県内のコンテンツ造成に限りますでしょうか？	本事業の造成対象は新潟県内のコンテンツに限ります。一方で、高付加価値化の観点から、行程全体の価値を高めるために他県のコンテンツを補完的に組み合わせること自体は妨げるものではありません。ただし、 ・本事業の成果として造成・磨き上げの対象となるのは新潟県内のコンテンツのみであること ・他県部分を本事業の成果物として報告することはできないこと にご留意ください。
15	業務委託仕様書 5(3)(4)	グリーンシーズン向けコンテンツの評価・検証（DMC招へい）の実施時期について 本業務では「特にグリーンシーズンを意識した体験コンテンツを優先的に提案すること」とある一方、造成したコンテンツについては「DMC又は海外の旅行会社等を招へいし、評価・検証を行う」とされています。6月下旬の審査・選定を経て7月以降に契約締結・事業開始となるスケジュールを勘案すると、当年度のグリーンシーズン（夏～秋）期間中にリサーチからコンテンツ造成までを完了させ、さらに同シーズン期間中にDMC等の実地招へい・検証までを完結させることは、物理的に極めてタイトな工程になると懸念されます。つきましては、グリーンシーズン向けのコンテンツであっても、DMC等の招へいによる実地評価・検証（モニターツアー等）の実施時期については、冬期（スノーシーズン）の実施を想定している、あるいは実地を伴わない形での検証（座学や書類審査等）で代替可能である、という認識で相違ないでしょうか。本事業における検証時期・方法の想定についてご教示ください。	本事業における DMC 等の招へいによる評価・検証については、基本的にはグリーンシーズンに実施することを想定しています。ただし、造成状況によっては、当年度中にグリーンシーズンでの実地検証が困難な場合も想定されるため、ウインターシーズン（冬期）に実施することも事務局と協議の上、可能です。一方で、実地を伴わない書面のみでの検証や座学のみで代替することは、原則として認めておりません。以上を踏まえ、提案にあたっては、造成スケジュールに応じて無理のない検証時期をご提案ください。
16	業務委託仕様書 5(3)(4)	アクティビティ実施時の保険加入や安全管理体制構築は、本事業範囲に含まれますか。	アクティビティ実施時の保険加入や安全管理体制の構築に向けた検討・整理は、本事業の範囲に含まれます。ただし、本事業の成果として、保険加入の完了や安全管理体制の正式運用までを必須とするものではありません。
17	業務委託仕様書 5(4)	招聘対象となる「DMC又は海外旅行会社等」について、国内外比率の想定はありますか。	本事業において、招へい対象となる「DMC 又は海外旅行会社等」の国内外比率について、特段の想定や指定は設けていません。造成するコンテンツの特性やターゲットとする旅行者層などを踏まえ、国内・海外いずれが適切か、またその比率についても各提案者において判断し、提案してください。
18	業務委託仕様書 5(4)	招聘は最低何回を想定していますか。	招へいについて、仕様書上で最低回数の指定は設けていませんが、検証のために造成したコンテンツについて少なくとも1回は実施することを想定しています。そのうえで、コンテンツの特性やターゲットとする旅行者層に応じて、必要と考える回数を各提案者において設定し、提案してください。
19	業務委託仕様書 5(4)	DMC招聘費用やFAMツアーの想定規模感はありますか。	本事業における DMC 招聘費用や FAM ツアーの規模感について、「2社以上とする」以外は、特定の人数や日数、費用水準などの想定は設けていません。造成するコンテンツの特性やターゲットとする旅行者層を踏まえ、各提案者において適切と考える規模で計画・提案してください。

番号	該当項目	質問	回答
20	業務委託仕様書 5(5)	OTA掲載支援について、想定OTAはありますか。	本事業において、掲載を想定している特定の OTA は設けていません。造成するコンテンツの特性やターゲットとする旅行者層を踏まえ、各提案者において適切と考える OTA を選定し、提案してください。
21	業務委託仕様書 5(5)	創造したコンテンツは他の業務、事業でも利用する事は可能か？	本事業で造成したコンテンツについては、事業終了後においても、他の業務や事業で利用・販売することは可能です。ただし、本事業で造成したコンテンツそのものを、他の事業における成果物として報告することは認められません。
22	業務委託仕様書 4,5(4),6(2)イ	1テーマのみ受託となった場合のDMC等招へい社数および経費負担について 造成コンテンツの磨き上げにおいて「招へいする事業者は2社以上とする」とあり、それに係る旅費・宿泊費等の経費はすべて委託料に含める旨が記載されています。本事業が提案内容等により2事業者に分割発注され、1テーマのみ（委託料上限10,000,000円）の受託となった場合でも、当該1事業者単独の予算枠内で「2社以上」の招へい費用をすべて賄う必要がありますでしょうか。あるいは、2テーマがそれぞれ別々の事業者に採択された場合、受託した2事業者が合計2社を共同で招へいし、それぞれのテーマの評価・検証を分担するような運用も可能でしょうか。1テーマ受注時における招へい社数の要件および経費負担の考え方についてご教示ください。	「招へいする事業者は2社以上とする」としている要件は、1テーマのみを受託した場合であっても適用されます。したがって、1テーマ（委託料上限10,000,000円）を受託した事業者において、当該テーマの検証に必要な2社以上の招へいに係る旅費・宿泊費等の経費は、当該テーマの委託料の範囲内で負担いただく必要があります。また、2テーマが別々の事業者に採択された場合であっても、両事業者が共同で同一のDMC等を招へいすることは可能です。ただし、各テーマは独立した事業であるため、評価・検証に係る調整、当日の対応、成果の取りまとめ等の実施に関するやり取りは、各受託者が自らのテーマについて責任を持って行ってください。
23	業務委託仕様書 5(3),(4),(5)	今回の成果は「創造と磨き上げ等」で 販売、誘客数などの実績は問われないとの認識でよいか？ 本年度事業では「造成・磨き上げ」を主眼とし、実販売実績までは必須でない認識でよいですか。	お見込みのとおりですが、仕様書に記載のとおり、旅行者にとって魅力的で実施可能性の高いコンテンツ造成を提案してください。
24	業務委託仕様書 7	KPIとして必須で設定する項目はありますか。またその中でも特に重視する項目はありますか。	仕様書記載のとおり、本事業において必須で設定すべき KPI は特に設けていません。各提案者において適切と考える指標を設定し、提案してください。