**発　注　仕　様　書**

１．委託名： 令和４年度訪日外国人旅行者周遊促進事業

 阿蘇寺体験コンテンツ造成事業

２．場　所： 熊本県阿蘇市、阿蘇郡高森町、南阿蘇村

３．背　景：

　九州のほぼ中央に位置する「阿蘇くじゅう国立公園」は、我が国を代表する国立公園であり、周囲100kmに及ぶ世界最大級のカルデラ地形のただなかにある阿蘇五岳と、北東部のくじゅう連山は無辺の草原によって一体となり、今なお続く活発な火山活動からは、地球の鼓動を直に体感することができる。

　熊本県の阿蘇エリアと大分県のくじゅうエリア、そして両地域を見渡すパノラマと阿蘇の火砕流によって形成された美しい峡谷に彩られる宮崎県の高千穂エリア。三県に広がる地域は、自然景観はもとより、歴史的、文化的に見ても紛れもなく一連の地域であり、このことは地域の観光振興戦略においても欠くべからず視点である。

　また、5万人の人々が暮らすカルデラの様を一望の下に収められるのは、世界的に見ても阿蘇だけであり、地球科学的価値をもつ一大観光地として阿蘇くじゅう地域を「日本の顔」と言っても過言ではない。

４．目　的：

　阿蘇くじゅう観光圏は、平成14年度から阿蘇カルデラツーリズムの開発（地域づくり）と公共交通のシステム化（再編効率化）を複合的に取り組む「スローな阿蘇づくり」を推進してきた。今後は、域内で磨き上げてきた様々な仕組みをさらにステップアップさせ、国内外から選好される国際競争力の高い魅力ある観光地域を形成するため、地域ブランドの確立を通じた日本の顔となる観光地域づくりと、日本を代表するデスティネーションとしてのポジションを国内外で確立する。

　このように、全国の観光地域づくりの先進地として注目されてきた阿蘇地域だが、水害、地震、噴火の影響で大打撃を受けた。昨年は、JR豊肥本線や国道57号が復旧するなど、復興にあゆみを進めているが、震災前までの水準に回復していない。さらに、インバウンドにおいては東アジアからの来訪が97％を占めていたが、日韓関係の悪化から韓国人旅行者が大幅に減少、さらに新型コロナウイルスの影響により皆無に等しい状況にある。また、ターゲットとするヨーロッパの旅行者については、熊本市内に宿泊し、阿蘇を訪問するものの、その日のうちに由布院や別府まで移動する傾向があり、当地に宿泊する魅力、長期滞在する魅力が必要とされている。

　本事業では、阿蘇地域での寺への宿泊や阿蘇管内宿泊施設への宿泊と、阿蘇地域の寺で行われる寺体験コンテンツを活用した心身ともにリフレッシュできる（蘇る）新しい滞在プランにより海外からの長期滞在客や国内観光客の増加を図る。

５．内　容：

　１）滞在コンテンツ造成

①体験型・滞在型コンテンツの企画開発

　　【活用する地域資源】

　　・阿蘇郡高森町：紀霊山含蔵寺（体験コンテンツ）

・阿蘇郡南阿蘇村：了廣寺（宿泊可）

・阿蘇市：極楽寺（体験コンテンツ）

・阿蘇市：西巌殿寺（体験コンテンツ）

・阿蘇管内の宿泊施設

・その他：公道や山道を走り、バギーで荻岳の山頂を目指すなど阿蘇地域近郊の

体験アクティビィティー。

②事業による取組

❶寺泊(宿坊)体験で心身をリフレッシュしたいというニーズを持つ福岡県内の女性(20~30代)をターゲットとした国内ツアーを造成する。

寺泊(宿坊)及び九州旅行に関心のある欧州の独と仏の訪日リピーター層向けに、雨の日にも阿蘇でできる体験コンテンツとして寺体験ツアーを造成する。

【造成数】7ツアー（独1個、仏1個、国内5個）

❷専門家を招請し、モニターツアーを実施。

【参加人数】5名/各回

【実施回数】2回

❸旅行商品造成のための検討会の開催

【参加者】独・仏の旅行会社（オンラインで参加予定）

【開催回数】３回程度

参加者：専門家、現地旅行会社、DMO（阿蘇地域デザインセンター）

メールやZOOMなどを通して商品造成に必要なやり取りを実施する。

必要な写真や資料の共有、旅程の見積もり作成対応、旅程の相談など現地のお客様の需要に合う商品により最適化をしつつ、

阿蘇の魅力を引き出せるような旅行商品にできるよう複数回のやり取りを実施。

③アウトプット指標

　　 ❶滞在コンテンツを組み合わせたツアー造成数、独・仏１件ずつ　計２件

❷滞在コンテンツを組み合わせたツアー造成数、国内5件

❸上記の滞在コンテンツのOTAサイトへの掲載

GetYourGuide(To C 欧州向け)へ1件、じゃらん(To C 国内向け)へ5件

　　④アウトカム指標

　　　❶滞在コンテンツを組み合わせたツアー造成売上数・売上額：

3組6人・360千円（訪日）【OTA】

❷滞在コンテンツを組み合わせたツアー造成売上数・売上額：

 4組8人・232千円（国内）【OTA】

❸滞在コンテンツを組み合わせたツアー造成売上数・売上額：

3組6人・360千円（訪日）【旅行会社】

❹滞在コンテンツを組み合わせたツアー造成売上数・売上額：

4組8人・232千円（国内）【旅行会社】

❺上記のコンテンツを掲載したOTAサイトの閲覧数、1,200件

２）旅行商品流通環境整備

①事業による取組

❶日本国内の体験アクティビティ予約で体験数や予約数No.1 であるOTAのじゃらんと欧州で特に強い体験予約アクティビティプラットフォーム(OTA)のGetYourGuideにコンテンツの掲載をし、販売を行う。初期設定や対象顧客にリーチでき、訴求するような最適なコピーや説明文章の設定を行う。

 【実施数】7つ（じゃらん5件、GetYourGuide2件）

 【実施時期】11月～3月

❷ドイツやフランス旅行会社へ造成した商品や阿蘇、阿蘇の観光地に関する商談をオンラインで実施

 【商談実施数】10社　(フランス5社、ドイツ5社)

 【実施時期】9月

　　②アウトプット指標

　　　❶商談旅行会社数　独：5社、仏：5社【旅行会社商談】

❷じゃらん、GetYourGuideへのプログラム・プラン掲載件数

じゃらん5件、GetYourGuide 独・仏1件ずつ【OTA掲載】

　　③アウトカム指標

　　　滞在コンテンツを組み合わせたツアー売上数

❶滞在コンテンツを組み合わせたツアー造成売上数・売上額：

3組6人・360千円（訪日）【OTA】

❷旅行商品売上数・売上額：4組8人・232千円（国内）【OTA】

❸滞在コンテンツを組み合わせたツアー造成売上数・売上額：

3組6人・360千円（訪日）【旅行会社】

❹旅行商品売上数・売上額：4組8人・232千円（国内）【旅行会社】

❺商談成立数：4社

❻じゃらん、GetYourGuideへのプログラム・プランのビュー数：1,200件

６．工　期： 契約締結の翌日から令和５年２月２８日まで

７．成果品：

　１）実施報告書／紙媒体（A4判）： 3部

　２）CD-ROM又はDVD-ROM： 1部

８．注意事項等：

　１）本業務を履行するうえで知り得た情報等については、第三者に開示又は漏洩しないこと。

　２）本業務の成果物となる報告書及び二次的著作物については、公益財団法人阿蘇地域振興デザインセンター（以下「阿蘇DC」という。）に帰属するものとする。

　３）本業務の実施にあたっては、関係する法令及び諸規程を遵守すること。

　４）本業務の実施にあたっては、発注者である阿蘇DCのほか、阿蘇市経済部観光課、阿蘇温泉観光旅館協同組合等の関係者と協議・調整のうえ、進めること。

　５）本仕様書に記載のない事項であって、本業務の遂行に必要と認められる事項が発生した場合には、監督職員に速やかに協議し、その指示に従うこと。

　６）情報媒体の多言語化については、その翻訳の作業過程において、別途第三者によるチェック機能を付加し、より精度の高い、そして信頼性のある情報を提供すること。

９．特記事項等：

　阿蘇くじゅう観光圏におけるブランドコンセプトは、下記のとおり設定している。

「阿蘇カルデラ　～命きらめく草原の王冠～　」

Grassland Crown Filled with Soul “Aso Caldera Volcano”

阿蘇の外輪山は、カルデラに暮らす人々にとって自らの矜持を漉し固める紗幕であり、旅人にとって日常世界を転換させる結界線である。その外輪山を際立たせるのが稜線に広がる草原、そして悠久の時間である。大気はそよぎ、草は芽吹き、水は循環し、そして人々の希望がきらめく。

人々はその緑香る高みに身を置くとき、心を鎮め、人生を遠望する。まるで大きな力に抱擁されるよう、安寧の心持ちから新たな光明、澄みわたる救済を得ることができる。

人生観あるいは死生観。阿蘇のカルデラもまた巡りゆく時間の一断面をなす。比類なき自然と人々が折り合いをつけてきた阿蘇カルデラは、単に景勝地であることを超え、命魂の蘇生をことほぐ別天地であることを世界へ訴求する。