

令和8年度富士山麓エリアにおける  
高付加価値なインバウンド観光地づくり事業支援業務仕様書  
【施策1「磨き上げ・販売・販路形成」】

本仕様書は、富士山麓インバウンド観光高付加価値化推進協議会（以下「甲」という。）が発注する「令和8年度富士山麓エリアにおける高付加価値なインバウンド観光地づくり事業支援業務【施策1「磨き上げ・販売・販路形成」】」を受託する者（以下「乙」という。）の業務について、必要な事項を定めたものである。

## 1 委託業務名

令和8年度富士山麓エリアにおける高付加価値なインバウンド観光地づくり事業支援業務【施策1「磨き上げ・販売・販路形成」】（以下「本業務」という。）

## 2 業務期間

契約締結日から令和9年2月19日まで

## 3 業務概要

乙は、以下の業務を行うものとする。なお、本業務の実施に先立ち、乙は、令和7年度に実施した本事業に係る事業報告書及び検証結果を確認し、当該結果から得られた成果、課題及び改善点を整理したうえで、その内容を本業務の検討及び実施に反映させるものとする。

- (1) コンテンツ磨き上げ・販売・販路形成に係る業務
- (2) 「富士山麓エリア R8 実施計画」に記載している各施策（以下、「各施策」という。）を受託した事業者（以下「各施策受託者」という。）と、必要な情報の相互提供、調整及び合意形成を行いながら、一体的に業務を実施すること。

※ 施策1「磨き上げ・販売・販路形成」、施策2「販路形成・拡大（海外）」、施策3「人材育成（観光事業全般）」、施策4「ヤド確保」、施策5「推進体制強化」、施策6「マスタープラン改定・KGI / KPI測定」

- (3) 甲との定期的な打ち合わせ
- (4) その他

(1) から (3) のほか、本業務に関して、観光庁「地方における高付加価値なインバウンド観光地づくり事業」事務局（以下「観光庁事務局」という。）が定める業務を甲と調整のうえ実施すること（協議会、その他打ち合わせなどにおける事前資料作成・説明対応、事業実施に当たっての随時調整等）。

## 4 業務内容

業務内容は、下記(1)～(5)に示すものとし、事業の進捗については、別添「全体事業施策 想定スケジュール」を基本に実施すること。

なお、本事業の実施に当たっては、ワーキンググループ（以下「WG」という。）を本業務の中核的な検討・合意形成の場として位置付け、WG との連携及び協働を通じて業務を積極

的に推進することを基本とする。※WGに関する説明は別記参照

乙は、WGにおける検討を単なる意見聴取の場にとどめることなく、課題整理、検討の深度化、対応方針の整理及び関係者間の合意形成を主導的に行い、その成果を業務内容に反映させるものとする。

#### (1) コンテンツ磨き上げ・販売・販路形成に係る業務

富士山麓エリアにおける観光商品について、全国DMCに富士山麓エリアの魅力及び商品特性を正しく理解してもらい、当該DMCが自社商品として継続的に造成・販売するための取組として、下記①から⑩を実施すること。

##### ①令和7年度造成コンテンツ等の整理

令和7年度に整理・造成されたプロトタイプ観光商品及びコンテンツ視察・磨き上げ報告内容を確認し、海外旅行会社への提案に活用可能な素材として整理したコンテンツ評価シートを作成すること。

##### ②コアバリューの深掘り及びストーリー構築

「なぜ富士山麓エリアに滞在するのか」「他地域ではなく富士山麓である必然性は何か」「高付加価値旅行者にとって、どのような時間的・精神的価値を提供できるのか」といった観点から、他地域との差別化が可能なコアバリューの深掘りを行うこと。

コアバリューの深掘りによって明らかになったエリア全体の提供価値を、地域のコンテンツ（体験・食・宿泊・移動）が一連の流れとして理解されるストーリーとして構築し、海外旅行会社が販売する際に活用可能な形で整理し、コアバリュー報告書として取りまとめて甲へ提出するとともに、各施策受託者に共有すること。

##### (留意事項)

- ・コアバリューの深掘り及びストーリー構築に当たっては、①で作成したコンテンツ評価シートを基礎とするとともに、富士箱根伊豆国立公園満喫プロジェクトの一貫で環境省富士五湖管理官事務所が作成した「インタープリテーション全体計画(下記 URL 参照)」を積極的に参照・活用し、富士山麓エリアとして提供可能な価値を再整理すること。

[https://www.env.go.jp/park/fujihakone/effort1/hakone\\_mankitsu-project.html](https://www.env.go.jp/park/fujihakone/effort1/hakone_mankitsu-project.html)

- ・ストーリー構築に当たっては、旅の動機から滞在中の体験、滞在後に来訪者の記憶や理解として残る価値までを一続きの流れとして捉え、観光商品としての物語性、訴求軸及び説明のしやすさが明確になるよう留意するものとし、海外旅行会社が販売時に用いるための資料にとどまらず、エリア内での共通認識として共有し、それぞれの事業活動や受入対応、情報発信等において一貫した考え方として活用されることを意図したものとすること。

##### ③観光商品案（モデルプラン）の改定・作成

②で整理したコアバリュー及びストーリーを基に、海外旅行会社への提案を前提として、

既存のモデルプラン4本について改定・見直し又は新規作成を行い、最終的に4本のモデルプランを作成すること。

(留意事項)

- ・改定・作成に当たっては、高付加価値旅行者を想定した商品構成及び価格帯、体験・食・宿泊・移動を一体的に組成した行程設計、実運用及び商品化を見据えた実現可能性等の観点から整理を行うこと。
- ・海外旅行会社が自社の市場特性や顧客ニーズに応じて、行程の一部入替え、日数調整、体験・宿泊施設等の変更を行うことが可能となるよう、柔軟な商品構成とすること。
- ・改定案の検討段階からWGに提示し、意見交換を行うこと。

④モデルプラン実現に必要なコンテンツの磨き上げ・追加造成

③のモデルプランの改定・作成に先立ち、当該モデルプランの構成要素として、令和7年度に造成したプロトタイプ観光商品20商品について引き続き磨き上げを実施するとともに、新たにプロトタイプ商品に位置付けるコンテンツを造成すること。

当該追加コンテンツは、既存コンテンツの磨き上げ又は新規コンテンツの造成のいずれも可とするが、モデルプランの販売を見据えるととともに、海外旅行会社が商品造成の過程で組み込みやすい内容・条件となるよう留意し、内容の性質に応じて整理したうえで、最低7つのコンテンツを対象として実施すること。

⑤販路形成（FAM トリップ含む）

③で改定したモデルプラン及び④で磨き上げ・追加造成したコンテンツを用い、全国DMC及びラグジュアリーホテルのコンシェルジュ等を対象としたFAMトリップを企画・実施すること。

FAMトリップの実施回数については、年度内に1回以上を基本とし、市場や目的に応じて対象や切り口を変えた検証が行えるよう、複数回実施することを妨げない。

なお、FAMトリップの具体的な内容については、事業者決定後に改めて案を作成し、甲と協議のうえ決定すること。

実施後は、全国DMC等から、商品内容に関する評価、価格設定の妥当性、販売上の課題、改善すべきポイント等について意見を収集し、その結果を整理したうえで、モデルプランの再構築及びコンテンツの磨き上げに反映させること。また、FAMトリップ報告会を開催し、他施策へのフィードバックを実施すること。

⑥セールスツールの作成等

追加したコンテンツ及び改定したモデルプランの tariffs を作成し、商談会や営業活動等で使用可能な多言語セールスツールの整備及び令和7年度に作成した tariffs の修正を行うこと。

成果品については、最終版は業務期間内で整理するものとするが、【施策2「販路形成・

拡大（海外）」業務の受託者が海外で商談を行う場面（9月・11月）で活用できるよう、それぞれの時点で一旦整理し、提出すること。

#### ⑦観光商品の販売

乙は、コンテンツの磨き上げ、モデルプランの作成、FAMトリップの実施、セールスツールの整備等の各業務を通じて、本年度内に全国DMCによる実際の販売につなげること。また、乙による販売も併せて行うこと。なお、販売実績を創出するための具体的な方策について、企画提案に含めること。

提案に当たっては、販売実行につながる実務的な提案とすること。

#### ⑧地域DMCの土台作り及び啓発

全国DMCのマーケット目線から、地域が将来的に観光商品の造成・販売に関与していく上で求められる役割、考え方及び対応力について整理を行うこと。

整理に当たっては、商品造成・販売における役割分担、意思決定の在り方、販売条件管理、持続的な運営に向けた考え方等を含めるものとし、併せて将来的な持続性を見据え、資金調達に関する視点等も含めた内容のセミナーを開催すること。

セミナーの内容及び回数については、事業者決定後に改めて案を作成し、甲と協議すること。なお、効果的な実施内容となるよう留意すること。

#### ⑨販売戦略の策定

乙は、本業務におけるコンテンツの磨き上げ、モデルプランの改定、FAMトリップの実施及び販売活動の結果を踏まえ、高付加価値旅行市場を対象とした観光商品の販売戦略を策定すること。

当該販売戦略においては、以下の事項を含めて整理すること。

- ・ターゲット市場及び顧客層（国・地域、旅行者層等）の設定
- ・販売チャネル（全国DMC、海外旅行会社等）及び販路形成の方向性
- ・商品別の販売方針及び優先順位
- ・価格戦略及び販売条件の基本的考え方
- ・販売促進手法（商談、FAM、プロモーション等）
- ・販売主体ごとの役割分担（地域、全国DMC等）
- ・課題及び対応方針（商品、供給体制、販売面等）

なお、本販売戦略は、施策5「推進体制強化」及び施策6「マスタープラン改定・KGI/KPI測定」と整合を図るものとし、必要な情報共有及び調整を行うこと。

#### ⑩令和9年度販売計画の作成

⑨で策定した販売戦略に基づき、令和9年度販売計画を作成すること。

## ⑩成果 KPI の提案・効果測定

乙は、本業務により創出される成果を可視化し、事業効果を整理するため、本施策における成果を測定するための成果 KPI について、その考え方及び設定案を甲に提案し、効果測定を実施すること。

当該成果 KPI は、商品造成、販売実績の創出、販路の定着等、本業務を通じて得られる成果を把握するための指標として設定するものとし、実務上把握可能な内容とすること。

なお、本年度の乙の販売実績及び全国DMCによる商品造成・販売を通じた販売実績については、必ず成果 KPI を定めること。

## (2) 各施策受託者との一体的な業務実施及び評価対応

### ①目的・役割

- ・各施策受託者と連携し、業務の企画、実施、検証、整理の各段階を通じて一体的に事業を推進すること。
- ・施策間の役割分担を明確にしつつ、相互に補完しながら、事業全体としての質と実効性を高めること。
- ・観光庁が実施する事業実施状況評価等に適切に対応し、評価結果や助言を踏まえた改善につなげること。

### ②内容

#### [一体的な業務実施]

- ・業務の企画段階から、実施、検証、成果整理に至るまで、各施策受託者と情報共有・意見交換を行いながら業務を進めること。
- ・特に、WG の運営、検討テーマの設定、論点整理、方向性の検討及び成果物のとりまとめに当たっては、各施策受託者と役割分担を行い、共同して実施すること。

#### [観光庁評価への対応]

- ・観光庁による事業実施状況評価等において示される評価、助言及び指摘事項について、各施策受託者と内容を整理すること。
- ・評価内容を踏まえた課題抽出及び改善策の検討を行い、その結果を WG に共有し、対応方針及び改善内容について協議・検討すること。

#### [資料作成・調査対応等]

- ・観光庁の評価等に関連して求められる調査、資料作成、ヒアリング対応等については、各施策受託者と役割分担のうえ、共同して対応すること。

#### [改善内容の反映]

- ・上記対応については、甲と協議のうえ進めること。
- ・整理された改善内容及び対応結果については、本業務の実施内容及び成果物に適切に反映させること。

## (3) 甲との定期的な打ち合わせ

- ・委託事業の進捗管理のため、2週間に1回を目安に甲とのオンラインミーティングを開催し、事業の進捗確認、課題整理及び今後の対応方針等について協議を行うこと。

・当該ミーティングに際しては、業務進捗や達成状況等について、甲が指定した様式により予め提出すること。なお、甲の確認・指摘を受けた場合は、必要に応じて内容の修正又は業務の改善を行うこと。

#### (4) その他

- ・(1) から (3) のほか、本業務に関して、観光庁事務局が定める業務を、甲と調整のうえ実施すること。
- ・事業実施に当たっては、事業の詳細スケジュール（研修実施時期、調査期間、WG 開催予定等）を予め作成し、施策5及び施策6の受託者を經由して、甲に提出すること。また、当該スケジュールに基づき進捗管理を行い、事業が滞りなく進むよう各施策受託者及び甲と共有・調整を行うこと。
- ・甲との打合せ、WG、関係事業者との会議等については、議事録を作成し、速やかに甲に提出すること。
- ・毎月第二木曜日14時からオンライン方式で行われる観光庁定例ミーティングに参加するとともに、事前資料作成・説明対応や調整を行うこと。
- ・その他、各種会議における事前資料作成・説明対応、事業実施に当たっての随時調整等を行うこと。

## 5 成果物について

本業務における成果物は以下のとおりとし、紙媒体及び電子データにて提出すること。なお、提出期限は本仕様書によるほか、甲と協議のうえ提出するものとする。

- (1) コンテンツ評価シート
- (2) コアバリュー報告書
- (3) コンテンツ造成/磨き上げ案
- (4) モデルプラン改定版
- (5) 新規造成コンテンツ、モデルプラン改定版のタリフ
- (6) 令和7年度作成タリフ修正版
- (7) 多言語セールスツール（日本語・英語）
- (8) FAM トリップ報告書
- (9) 販売戦略
- (10) 令和9年度販売計画
- (11) 事業実施報告書、経費精算書（証憑類含む）、その他事業経費に必要となる書類
- (12) その他、甲が必要と認める書類

なお、本業務により作成するタリフ、セールスツール等の成果物については、必要に応じて、WG 及び甲との協議を経て作成すること。

また、検討経過及び意見反映の状況について、甲から説明を求められた場合には、速やかに説明できるよう整理しておくこと。

## 6 委託業務実施体制

- ・委託業務の実施に当たっては、甲との協議、関係者への連絡調整などが迅速に行えるよう体制を整えること。
- ・経費の執行については、費用対効果を十分に考慮し行うこと。
- ・契約後、詳細な実施予定日時等が示された事業実施計画書を提出し、変更があった場合には都度甲に協議・報告すること。
- ・乙は、やむを得ない場合を除き、委託業務実施体制を変更しないこと。

### (1) 業務実施責任者

- ・乙は、本委託業務を指揮する業務実施責任者を配置することとし、契約締結後速やかに業務実施責任者の氏名等を甲に通知すること。
- ・業務実施責任者は、企画立案・実施のほか、本業務従事者を十分指導して委託業務を安全に実施できるよう管理を行うこと。
- ・業務実施責任者は、甲との連絡を密に行い、委託業務を進め、遅滞なく業務が遂行できるよう人員、体制の確保を行うこと。
- ・業務実施責任者は、経費・委託業務内容等、甲から報告を求められた際は速やかに対応すること。
- ・乙が本業務のほかに、同一年度において本事業の他施策を併せて受託する場合には、原則として、各施策ごとに業務実施責任者をそれぞれ配置するものとし、業務実施責任者を重複して配置しないこと。ただし、やむを得ない事情により業務実施責任者の重複配置が必要となる場合には、事前に甲と協議し、業務の円滑な遂行に支障が生じない体制について甲の承諾を得るものとする。

### (2) 業務従事者

- ・業務従事者は、業務実施責任者とともに本委託業務を行うこと。
- ・業務従事者は3名以上とし、乙は、契約締結後速やかに業務従事者の氏名等を甲に通知すること。

## 7 著作権等

- ・本委託業務の実施で得られた成果、情報（個人情報・企業情報を含む）等については、甲及び観光庁に帰属する。
- ・乙は、本業務により乙が制作した制作物に関し、意匠権を受ける権利、商標権を受ける権利、著作権等、全ての知的財産に関する権利を甲及び観光庁に無償で譲渡するものとする。
- ・成果物に第三者の著作権が含まれている場合、当該著作物（当該著作物を改変したものを含む）の著作権は、従前からの著作権者に帰属するものとし、乙は必要な著作権処理を行うこと。
- ・乙は、受託業務により乙が制作した著作物に関する著作者人格権を行使しないものとする。

## 8 留意事項

- ・委託業務の遂行に際し、審査要領に基づき選定された企画提案書の内容及び実施手法等について、一部修正または調整等を行う場合がある。
- ・委託業務の遂行に関しては、関係法令等を遵守すること。
- ・委託業務に関して知りえた業務上の秘密は、契約期間にかかわらず第三者に漏らしてはならない。特に、委託業務により知り得た個人情報については、委託業務以外の目的で使用し、又は第三者に漏らしてならず、善良なる管理者の注意をもって取り扱うこと。
- ・委託業務の遂行に当たっては、常に公正かつ中立的な姿勢を保たなければならない。

## 9 情報セキュリティ、個人情報保護及び損害賠償

### (1) 基本事項

乙は、本業務の実施に当たり、情報資産及び個人情報の保護の重要性を認識し、関係法令及び甲の定める規程を遵守するとともに、適切な安全管理措置を講じるものとする。

### (2) 秘密保持

乙は、本業務により知り得た情報（個人情報を含む。）を第三者に漏らしてはならない。契約終了後も同様とする。

### (3) 管理体制及び適正管理

乙は、情報セキュリティ及び個人情報保護の責任者を定め、業務従事者への教育を行うとともに、漏えい、滅失又は毀損を防止するため、情報の適切な管理、無断複製・持ち出しの禁止等の必要な措置を講じるものとする。

### (4) 事故対応

乙は、情報漏えい等の事故が発生し、又はそのおそれがある場合は、直ちに甲へ報告し、速やかに必要な措置を講じるとともに、甲の指示に従うものとする。

### (5) 再委託の取扱い

乙は、本業務を再委託する場合には、事前に甲の承認を得るとともに、再委託先に対し本条と同等の義務を課し、適切に監督するものとする。

### (6) 損害賠償等

乙が本条の規定に違反し、情報の漏えいその他の事故により甲又は第三者に損害を与えた場合は、乙はその損害を賠償しなければならない。

また、甲は必要に応じて契約の解除その他必要な措置を講ずることができる。

## 10 その他

- ・委託業務の全部を一括して第三者に再委託することは認めない。なお、委託業の一部を再委託する場合には、企画提案に記載すること。
- ・受託者選定後の契約は、観光庁事務局、甲及び乙の3者契約とし、支払いは観光庁事務局から行う。

- ・受託者選定後の契約行為に関し発生する費用は、乙において負担するものとする。
- ・精算については、原則として事業後の一括精算払いとする。
- ・本仕様書にない事項や本仕様書に疑義が生じた場合には、甲と乙とで協議し、決定するものとする。

## <WG の位置付け及び概要>

本事業では、複数の施策を横断的かつ一体的に推進するため、テーマ別に WG を設置し、関係事業者を中心に検討・調整を行うものとする。

各 WG は、関係事業者が参画し、現場の実情や事業実務の観点から、課題の整理、論点の明確化、方向性の検討及び施策間の調整を行うための実務的な検討の場として位置付けるものとする。本事業における WG の概要は以下のとおり。

### A（ウリ・コネ）：コンテンツ造成・海外セールス・プロモーション WG

高付加価値観光コンテンツの明確化や造成に関するワーキング及び海外セールスやプロモーション等を通じて高付加価値観光コンテンツを検証するもの

### B（ヒト）：地域観光人材育成 WG

ガイド人材の育成に関する課題等を整理するもの

### C（ヤド）：宿泊環境高度化 WG

高付加価値旅行者に訴求する宿泊施設について整理するもの

### D（アシ）：アシ整備 WG

高付加価値観光コンテンツと2次交通との接続等について整理するもの

受託者は、業務内容及び検討テーマに応じて、適切な WG を選定・活用し、各 WG での検討内容を相互に共有・連携させながら、施策全体の整合性及び実効性の確保を図るものとする。

なお、複数の WG に関係する検討テーマについては、成果物の性格及び最終的な検討目的を踏まえて WG を定め、必要に応じて他 WG と連携して検討を行うものとする。

WG の運営に当たっては、施策5「推進体制強化」及び施策6「マスタープラン改定・KGI/KPI測定」の受託者が、事務局機能として、各 WG の開催に係る日程調整、招集、会場の手配又はオンライン設定及び議事録の関係者への共有等、会議運営に関する業務を担うものとする。

各 WG における検討内容に関する資料作成、会議の進行、検討テーマに基づく説明、論

点の提示、議論の展開及び議事録作成については、当該検討テーマに関係する各施策受託者が主体となって行うものとする。