

# 令和8年度「青木ヶ原樹海エリアのブランド化推進事業」委託業務 仕様書

本仕様書は、山梨県が発注する令和8年度「青木ヶ原樹海エリアのブランド化推進事業」委託業務を受託する者の業務内容等について、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「青木ヶ原樹海エリアのブランド化推進事業」委託業務（以下「委託業務」という。）

## 2 業務委託期間

契約締結の日から令和9年3月12日（金）まで

## 3 委託業務の趣旨

### （1）現状

- ・ 観光庁「訪日外国人消費動向調査」によると、2025年における本県の外国人一人当たり観光消費額は2.3万円であり、全国45位と低位にある。特に、同年の買い物消費額は0.4万円で全国44位と低水準であり、外国人観光客（以下「インバウンド」という。）の滞在消費を十分に取り込めておらず、観光消費の拡大が喫緊の課題である。
- ・ インバウンドのうち英米豪旅行者（以下「英米豪」という。）は、アジア圏旅行者と比べて、「①平均宿泊日数が長い、②サステナブルへの関心が高い、③レジャーの消費額割合が高い」といった特徴を有する。
- ・ 一方、本県を訪れる英米豪のレジャー消費額は、アジア圏旅行者と比較して低額となっている。これは、英米豪の関心や価値観に合致し、消費を喚起するレジャーコンテンツの認知度が十分ではないことが主な要因であり、本県観光の課題である。
- ・ 青木ヶ原樹海（以下「樹海」という。）についても、溶岩流の上に形成された固有性・特殊性・多様性に富む原生的な自然環境を有した本県屈指の自然観光資源であるものの、その価値や魅力は十分に認知されているとは言えず、富士北麓地域を訪れるインバウンドの誘客や滞在期間の延伸に結び付いていない。

### （2）概要

本業務は、令和7年度に実施した「青木ヶ原樹海魅力再発見事業」の成果（※1）を踏まえ、英米豪を引き続きターゲットとして、県内観光事業者等との連携を図り、「樹海の魅力を伝えるための観光コンテンツの磨き上げ等」から「ブランド化の推進に向けた海外プロモーション」までを一体的に取り組み、観光消費額を増加させることを目的としている。

## 4 委託業務の内容

樹海及び周辺エリアが有する自然・歴史・文化等の観光資源について、保全を前提とした持続可能な経営を目指しつつ、ブランド化を推進するため、下記（1）～（3）に掲げる業務を実施する。

### （1）関係者会議による観光コンテンツの磨き上げ等

#### ① 会議の開催

- ・ 樹海及び周辺エリアが有する自然・歴史・文化等の観光資源について、サステナブルな観光

コンテンツ及びモデルツアー（以下「観光コンテンツ等」という。）の磨き上げ等を目指し、関係者をメンバーとした会議を開催すること（実施回数：3回程度）。

- ・ 会議内容は、「①観光コンテンツ等の磨き上げ等（樹海の「オーガニックなイメージ（※2）」の定着に向けた検討を含む）、②さきに行われた先進地（屋久島、熊野古道）視察を行ったガイドからのフィードバック、③イベント（モニターツアー及びフィールドワーク）実施内容の検討」とすること。なお、予算の範囲内において、追加で実施することは差し支えない。
- ・ 上記②について、先進地（屋久島及び熊野古道）への視察（別途実施）を行ったガイドから、視察結果のレポート提出を受け今後の観光コンテンツ等の磨き上げ等へのフィードバックを行うこと（レポート及びフィードバックの内容は、予め県からガイドに別途指示する）。
- ・ 事業開始後、速やかに内容やスケジュール等に関する説明会を1回行うこと（オンライン可）。
- ・ 会議の開催にあたり、会場の選定、手配、資料の企画・作成及び進行管理など運営全般を行うこと。なお、会場は参加者の利便性やプログラムに鑑み、適切な場所を会場に設定し、県との協議を経て最終決定すること。
- ・ 会議のメンバーは、昨年度に在籍したメンバーに加え、宿泊事業者など観光消費額の増加に寄与することが期待される者を中心に募集すること（昨年度のメンバー例：樹海ガイド、宿、食、ものづくり事業者及び交通関係者など15名）。メンバー数の上限はないが、応募数が20事業者を超えた場合、面談（オンライン可）等を実施したうえで選定することは差し支えない。また、選定にあたっては、「サステナブルを意識した観光コンテンツなどの磨き上げ等を行うことができるか」、また、「本事業の目的を十分に理解し、会議メンバー間において円滑な連携体制を構築できるか」という視点から総合的に判断し、選定すること。
- ・ 会議メンバーの拡大のみならず、多様なステークホルダーとの連携も拡大するとともに、地域全体の機運醸成や合意形成を図りながら、一体感をもって観光コンテンツ等の磨き上げ等を目指すこと。特に、滞在期間の延伸に向けた宿泊事業者との連携を必須とすること。
- ・ 観光コンテンツ等の磨き上げ等にあたっては、英米豪のうち、特に米国の個人旅行客をメインターゲットとし、米国以外の国をサブターゲットとすること。
- ・ 本事業において、昨年度に造成した観光コンテンツ等を磨き上げていくことを基本とするが、内容に改善又は新規性がないものは認めない。
- ・ 新規に観光コンテンツ等を開発することも妨げないが、樹海及び周辺エリアならではの観光コンテンツ等とし、次年度以降も継続的に実施可能なものであること。

## ② 専門家によるコーチング

- ・ 樹海のブランド化を推進するため、観光コンテンツの磨き上げをテーマとした「A. インバウンド視点、B. サステナブル視点、C. 販売プロモーション視点」に関するコーチングを行うこと（実施回数：3回）。なお、コーチングでは、4（1）①（観光コンテンツ等の磨き上げに関する取組）について、事業性・運営体制・実施環境等の観点から、商品化に向けた実現可能性を確認すること。
- ・ コーチングを行う専門家の選定にあたっては、専門性の高さや実績、経歴等を具体的に示すとともに、どのような助言・コーチングが可能であるかについて、内容を明確にした提案を行うこと。
- ・ コーチングを行う時期の指定はないが、うち1回は、後述する4（2）のイベントを実施後、

成果を踏まえた評価及び意見交換を目的とした回とすること（上記A～Cのコーチング内外を問わない）。

- ・ コーチングは座学のみとせず、なるべく実習形式を多く取り入れること。

## **(2) 樹海をテーマとしたイベント**

### **① モニターツアーの開催**

- ・ 樹海内でのウォーキングを中心に、様々な体験を組み合わせたモニターツアーを開催すること（実施時期：11月頃、実施回数：1回、実施規模：約80名）。なお、実施内容は4(1)①で検討した観光コンテンツ等を活用すること。
- ・ イベント参加者は、首都圏に在住する外国人（留学生等）を主な対象とし、集客すること。
- ・ イベント参加費は、原則無料とすること。
- ・ イベント実施に際し、保険加入を含む十分な安全対策を講じること。
- ・ ガイドの手配にあたっては、「富士山青木ヶ原樹海等エコツアーガイドライン」に基づき、参加者の規模及び構成に応じた、適切な人数のガイドを確保すること。
- ・ 参加者募集用チラシ及びイベント全体を紹介するリーフレット（マップ等を含む）を制作し、周知を図ること。また、SNS等を活用し、より集客効果の高い周知を図ること。
- ・ 参加者に対するアンケートを実施し、評価点・改善点・所要時間・価格設定等について意見を聴取すること。これらは関係者にフィードバックするとともに、観光コンテンツ等に反映させること。
- ・ 荒天等によりイベント開催が危ぶまれる場合、県と協議の上、速やかにイベント参加者に対して周知・案内を行うこと。
- ・ 事業終了後においても、必要に応じて、イベント参加者に対する情報収集や分析等を行い、その結果を報告すること。
- ・ モニターツアーの実施状況について、ホームページやSNS等により、樹海のブランド化に繋がるポジティブな情報発信を行うこと。

### **② フィールドワークの開催**

- ・ 地域の誇りである樹海を未来へ伝承する機会を創出するため、小中学生を対象としたフィールドワークを開催すること（実施時期：指定なし、実施回数：4回相当、実施規模：親子で約25名/回）。なお、県が判断した場合は、講師の招聘や別途内容を指示する場合があります。その場合においては予算の範囲内において開催回数、運営方法など県と協議の上、開催すること。
- ・ ガイドの手配にあたっては、「富士山青木ヶ原樹海等エコツアーガイドライン」に基づき、参加者の規模及び構成に応じた、適切な人数のガイドを確保すること。

## **(3) 情報発信・プロモーション**

### **① 販売に向けた仕組みの構築**

実施した観光コンテンツ等のうち、商品化が見込まれるものについては、オンライン上に掲載等を行い、販売に向けた仕組みを構築すること。

### **② 過去の制作物や昨年度の観光コンテンツ等を活用した情報発信**

- ・ 過去に県事業で作成したプロモーション動画（※3）及び特設サイト（※4）を活用した情報発信を行うこと。
- ・ 昨年度に開発・造成した観光コンテンツ等（※5）を活用した情報発信（※6）を行うこと。

- ・ その他、効果的な情報発信手法があれば提案すること。

### ③ 海外に向けた販路開拓

#### ア ネットワーキングイベントの開催

国内 DMC やランオペ等の商談会を都内で開催し、海外販路を強化すること（実施場所：都内、実施回数：1回、実施規模：100名程度）。

#### イ 海外向け OTA 掲載コンテストの実施

メンバーが4（1）①で磨き上げ等を行った観光コンテンツ等のうち、上位3コンテンツ程度を審査員（※7）が選定すること（実施回数：1回、選定数：3コンテンツ程度）。なお、コンテストでは、メンバーが審査員向けにプレゼンテーションを行う機会を設けること。

#### ウ 海外向け OTA 掲載

- ・ 上記イで選定されたコンテンツを海外 OTA に掲載し、訪日前のインバウンドへアプローチする機会を創出すること（掲載数：3コンテンツ程度）。
- ・ 掲載する海外 OTA については、県との協議を経て最終決定すること

### ④ 海外に向けた広報活動

#### ア 「多言語タリフ（日・英）（※8）」の作成

海外旅行会社エージェントやネットワーキングイベント等に向けた PR 用商材として作成すること。

#### イ 「令和8年度多言語宣材冊子（日・英）」の制作

- ・ 今年度に磨き上げ等を行う観光コンテンツ等を掲載した宣材冊子を制作すること（内容、仕様、部数及び配布先は県との協議を経て最終決定すること）。
- ・ 制作物は集客に効果的な施設（宿泊施設、観光関連施設等を想定）へ送付し、周知を図ること。

## （4）事業全体の管理・運営等

- ・ 受託者は、契約締結後、速やかに業務実施計画書（実施体制、事業内容、スケジュール、観光コンテンツ等に関する目標等）を県に提出すること。
- ・ 委託業務の実施にあたっては、県及び関係市町村等と十分に協議・調整を行いながら、適切かつ円滑に事業を進めること。
- ・ 事業全体の管理及び運営を担い、会議メンバーその他関係者との連絡調整を行うなど、事業が円滑に進行するよう適切に対応すること。
- ・ 定例ミーティングの実施等により、県との十分な情報共有体制を構築すること。
- ・ ミーティングの検討内容や決定事項等を記録にまとめ、速やかに県へ提出すること。

## （5）経費

- ・ 全体管理費、会議メンバーの募集に伴う費用、イベント開催に伴う費用、情報発信に伴う費用等を想定すること。
- ・ その他、本事業の実施に必要な経費については、受託者及び会議メンバーが協議のうえ、内容を検討すること。

## (6) KPI の設定

- ・ 観光コンテンツの磨き上げ等を行った数：4コンテンツ以上（新規開発も可）
- ・ ツアーの磨き上げ等を行った数：2ツアー以上（新規開発も可）
- ・ 観光コンテンツを実施する事業者数：3者以上
- ・ 観光コンテンツの販売数：4コンテンツ以上
- ・ ツアーの販売数：2ツアー以上
- ・ 上記ツアーは、必ず宿泊を伴うものであること
- ・ その他、事業目的の達成に寄与するKPIがあれば提案すること。

## 5 委託業務の実施条件

- ・ 会議メンバー間において見解の相違等が生じた場合には、受託者が中心となって可能な限り関係者間の調整に努めることとし、調整による解決が困難であり、又は進行スケジュールに支障が生じるおそれがある場合には、速やかに県担当者へ報告・相談すること。
- ・ 本業務の遂行にあたっては、自然公園法、文化財保護法（天然記念物）及び旅行業法等の関連法令を遵守し、必要な行政手続きを遅滞なく行うこと。また、受託者はこれら法令に関する実務経験を有するか、又は専門家を体制内に確保し、これを担保すること。
- ・ 樹海の原生的自然環境の保全を前提とした事業運営を行うこと

## 6 想定スケジュール

業務内容	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
①会議の開催	★メンバー募集	★事前説明会	★1回目	★2回目		★3回目	★全体振り返り		
②ガイドによる先進地の視察 (視察は6月に実施済)	★視察メンバーが レポート作成	★視察メンバーが レポート作成	★視察結果の発表	★視察成果の反映					
③専門家によるコーチング				★1回目		★2回目	★3回目		
④モニターツアーの開催				★参加者募集	★モニターツアー	★アンケート分析			
⑤フィールドワークの開催			★フィールドワーク（2～4回程成）						
⑥情報発信・プロモーション				★海外向けOTA 掲載コンテスト	★多言語タリフの作成	★海外向けOTA掲載	★R8冊子の作成	★ネットワーキング イベント	
⑦報告書									★提出

## 7 委託業務の実施体制

- ・ 委託業務の実施にあたっては、県との協議、関係者への連絡調整などが迅速に行うことができる体制を整えること。経費の執行に際しては、費用対効果を十分に考慮すること。
- ・ やむを得ない場合を除き、受託者は委託業務の実施体制を変更しないこと。
- ・ やむを得ない場合に変更する際は、実施体制変更届（任意様式）を提出すること。

### (1) 業務実施責任者

- ・ 受託者は、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県に通知すること。

- ・ 業務実施責任者は、企画立案・実施の他、業務従事者を十分指導し、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、県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、体制を確保すること。
- ・ 経費・委託業務内容等、県が報告を求めた際、業務実施責任者は速やかに対応すること。

## (2) 業務従事者

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

## 8 資料等の貸与及び返還

- ・ 委託業務を遂行する上で必要と認められる資料、データ等（以下「貸与品」という。）を貸与する。
- ・ 貸与を受けた者は、貸与品を善良な管理者の注意をもって管理し、本委託業務以外の目的に使用しないこと。また、本委託業務が完了したときは、速やかに貸与品を県に返還すること。

## 9 成果物

### (1) 報告書の提出

- ① 業務完了届
- ② 「青木ヶ原樹海エリアのブランド化推進事業委託業務」業務報告書（A4縦、横書き）
- ③ その他県が指定するもの（打合せ記録、宣材リーフレット等、写真など）

### (2) 納品方法

- ・ 紙媒体（カラー版） 1部 郵送又は持参
- ・ 電子媒体（ファイル形式：PDF）メール

### (3) 納期

令和9年3月12日（金）

### (4) その他

- ・ 本業務により作成された成果物の所有権、著作権及びその他の権利（以下「著作権等」という。）は、県に帰属し、ウェブサイト等に公開することがある。
- ・ 成果物に第三者の著作物等が含まれている場合、当該著作物等（改変したものを含む）の著作権等は、従前からの著作権者に帰属するものとするが、県はこれを無償で永久的又は非独占的に使用できるものとし、受託者はそのために必要な著作権処理を行うこと。
- ・ イベント参加者が撮影対象となる場合、書面等により、無償・期間・地域・媒体等の利用条件を明確にしたうえで、肖像権使用に係る同意取得（親権者同意を含む）を必須とすること。

## 10 留意事項等

- (1) 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。契約業務の一部を委託する場合については、事前に県の承諾を得るものとする。
- (2) 委託業務の遂行上知り得た秘密を外部に漏らし、又は他の目的に利用してはならない。委託業務が終了し、又は解除された後においても同様とする。
- (3) 委託業務に関して知り得た個人情報等を他に漏らしてはならない。委託業務が終了し、又は

解除された後においても同様とする。

- (4) 委託業務の履行にあたり、自己の責めに帰すべき事由により県に損害を与えたときは、その損害の責めを負う。
- (5) 委託金額は、委託業務開始に係る必要経費として、委託料の額の3割を上限として前金払による支払を請求できるものとする。
- (6) 委託業務の実施に要した経費は、帳簿及び全ての証拠書類を備え、常に収支の状況を明らかにし、委託業務の完了日が属する年度の終了後、5年間保存しなければならない。
- (7) 本仕様書に記載のない事項及び記載内容に変更や疑義が生じた場合は、必要に応じて協議のうえ定めることとする。

---

※1 青木ヶ原樹海や周辺エリアにおける自然、歴史、文化など観光資源の保全をはじめとした持続可能な経営を目指しながら、英米豪を対象としたサステナブルな観光コンテンツ（着地型体験プログラムや観光資源等。以下「観光コンテンツ」という。）の開発等を行ったもの。下記※3も参照のこと。

※2 自然そのままに原生的であること。

※3 「青木ヶ原樹海 ～この森は「命」と「光」に満ちている。」

※4 「この森は『命』と『光』に満ちている。～AOKIGAHARA JUKAI～」

※5 「青木ヶ原樹海の真実～富士山麓にある、いのちの育み～」

※6 例えば、ハッシュタグ投稿によるUGC（ユーザー生成コンテンツ）キャンペーン、Google マップの整備（スポット情報や多言語情報の掲載等）など

※7 評価項目に関する知見やノウハウを持つ者を選定し、県との協議を経て決定すること。

※8 体験メニューの料金表のこと