

令和8年度閑散期における国内観光客誘客促進業務 公募型企画競争提案説明書

1 業務名

令和8年度閑散期における国内観光客誘客促進業務

2 背景及び目的

札幌市における国内観光客の宿泊数は、1月及び4月が下限値となっている。また、札幌市全体の宿泊施設稼働率をみても4・5月及び10・11月が低い状況であり、国内観光客の宿泊数を伸ばし、経済面での持続可能性の高い観光体制の構築が課題となっている。

本業務では、こういった課題を解決するため、閑散期の実送客につながるキャンペーンを実施し、主に宿泊を伴う観光客の誘客を促進するとともに、宿泊者に飲食やアクティビティ等の二次消費を促すことで観光消費額の増加を図る。

3 業務委託期間

業務委託期間は、契約締結日から令和9年3月31日（水）までの間の所定の日とする。ただし、所定の日は業務内容に応じ、委託者が定めるものとする。

4 予算規模（契約限度額）

72,100,000円（消費税及び地方消費税相当額を含む）

※本業務について上記金額内での提案を募集するものであり、契約予定額ではない。

5 業務内容

上記の目的を達成するため、以下に示すプロモーション業務を実施すること。

(1) ターゲット

札幌市における国内観光客の閑散期である秋（10・11月）及び春（3・4月）に誘客可能な国内観光客（主に宿泊を伴う）を選定すること。なお、秋と春で異なるターゲットを選定することも可とする。

(2) プロモーションの実施時期

札幌市の国内観光客数が減少する秋及び春を中心とした実送客を行えるよう、当該期間の来札者が旅行準備を行う時期などを考慮し、効果的なタイミングでプロモーションを実施すること。

(3) プロモーションの内容及び手法

上記業務目的の達成のため、札幌市の観光動向や観光資源等を分析するとともに、適切なターゲット設定を行い、いくつかテーマやコンセプトを策定したうえでプロモーションを実施すること。

なお、閑散期である秋及び春それぞれの実誘客につながるプロモーションを行うものとする。

ア 誘客キャンペーンの実施

ターゲットとする宿泊を伴う観光客の実誘客かつ地域の観光消費額の増加につながるキャンペーンを実施すること。キャンペーンは閑散期である秋及び春の札幌の魅力を提案し、旅行意欲を強くかきたてる、ターゲットにとって付加価値が高い内容とすること（単に値引きのみによるキャンペーンは不可とする）。

キャンペーンの実施に際し、宿泊事業者や飲食店、観光施設などの地域事業者との連携を前提とする場合は、事業者が参画しやすいよう事前の情報発信や手続きなどに配慮すること。

なお、業務委託期間の関係から春先の誘客キャンペーンについては可能な範囲で実施すること。また、秋のキャンペーンは、春先の誘客にも効果的なものとなるよう工夫すること。

イ 観光情報の発信

ターゲット層が旅行検討時や宿泊施設等予約時に使用するWEB媒体など、プロモーションに効果的な媒体を選定し、策定したテーマやコンセプトをもとにターゲットに実誘客を促す札幌の観光情報の発信を行うこと。

ウ 広告

より多くのターゲットに周知できるよう、広告等の実施により情報の拡散を行うこと。

エ その他

本業務によるプロモーション効果が一過性のものとならぬよう工夫を行い、本業務における制作物やキャンペーンで実施した内容等については可能な限り事業期間終了後も維持されるよう調整すること。

(4) 効果測定及び分析

誘致キャンペーンやプロモーションの実施結果を分析し、秋及び春それぞれの効果を測定すること。なお、効果測定等を行う際は、宿泊・予約動向・稼働率や、市内消費・決済データ等を定量的に分析し、「観光消費額の増加」について客観的に検証すること。

なお、次年度以降の誘客施策の内容検討に活用できるよう、テーマやコンセプトごとの効果についても示すこと。

(5) 実施結果の報告

月に1回程度の定期的な進捗報告に加え、指定の期限までに、実施概要、実施結果及び効果（実施により得られた送客効果やその他の二次的なプロモーション効果等）を取りまとめ報告するものとする。報告は、画像や図表、数値データを用いて、できる限り分かりやすいものにする。

また、事業実施結果を踏まえ、今後、宿泊を伴う誘客プロモーションを実施する際に、設定すべきテーマ及びターゲットを明らかにすること。

(6) その他

業務を進める中で、別途実施する「令和8年度国内観光客誘客若年層向けプロモーション業務」との連携が効果的と考えられる場合は、可能な範囲で連携の検討を行うこと。

6 企画提案を求める事項

以下の項目について企画提案書を作成するものとする。提案にあたっては、統計情報や各種調査レポート、自社の業務実績など、できる限り客観的なデータを用いた説明に努めるものとする。

なお、秋及び春で実施方針等が異なる場合は、相違点等がわかるよう提案すること。

(1) 実施方針

札幌市の観光動向や観光資源を分析し、宿泊を伴う来札旅行に対する解釈を示したうえで、5 - (1)及び(2)に記載したターゲット及びプロモーションの実施時期を踏まえた本事業実施の基本的な考え方、企画の特徴やテーマ（例：自然・アクティビティ・グルメなど）を、その策定根拠とともに明らかにすること。なお、プロモーションを行う上でテーマを2～3つ設定し、事業実施の結果、宿泊を伴う誘客に効果があるテーマ及びターゲットの詳細が明らかとなるような方針とすること。

(2) プロモーションの内容

プロモーションの内容及び手法について、実施方針に基づくテーマやコンセプトを示したうえで、対象地域やプロモーション実施時期等とともに以下について具体的に示すこと。

ア 誘客キャンペーンの実施

キャンペーンの内容、仕組み、運営方法（地域事業者の参画しやすさを含む）等を具体的に示すこと。また、これらが実送客及び観光消費額の増加に繋がる効果的なものであると見込む理由を示すこと。

イ 観光情報の発信

実施方針の内容に沿ったプロモーションを行う媒体の概要（媒体の主な内容、ターゲットへの影響力、利用者の属性や規模等）及び選定理由について示すこと。

また、観光情報の発信内容及び分量（ページ数量や長さ、紹介するコンテンツ数等）、構成、発信方法等について、制作物のデザイン等について視覚的に確認できる例を用いて具体的に示すこと。加えて、これらがターゲットに対し効果的に魅力を訴求できるものであると見込む理由を示すこと。

ウ 広告

広告の手法、内容及び分量、配信地域及び時期等を具体的に示すこと。また、これらが効果的な情報拡散に繋がるものであると見込む理由を示すこと。

エ その他

本業務による効果が事業終了後も継続するよう工夫した点について示すこと。また、本業務における制作物等がある場合は、その使用可能な期間について明記すること。

さらに事業目的達成に資するアイデア・独自提案があれば示すこと。

(3) 効果測定と分析

当該事業の有効性を測る事業指標及び成果指標を設定し、それぞれの設定目標を示すこと。また、各施策が「観光消費額の増加」にどの程度影響しているのかなど、適切な効果測定を行うため用いる分析手法や定量的なデータ、測定時期などについて具体的に示すこと。

なお、次年度以降の誘客施策の内容検討に活用できるような分析結果を、どのように示すかについても明らかにすること。

その他、当該事業に基づく波及効果の測定について提案がある場合は、波及効果の内容（指標）、測定方法、測定時期及び目標についても示すこと。

(4) 実施体制及び実施スケジュール

ア 業務体制（人員体制を含む。但し、必ずしも氏名を明示する必要はない。）並びに業務の総括責任者及び各パートの責任者の役職及び実績を示すこと。

イ 提案者及び業務体制を構成する事業者の会社概要並びにこれまでの類似業務の実施実績を示すこと。

ウ 準備及び効果測定を含めた業務スケジュールを示すこと。

(5) 見積もり

業務の実施に必要な経費の総額及び内訳を明らかにした見積を示すこと。

7 参加資格要件

参加者は単独事業者のみとし、複数の事業者による共同での参加を認めない。参加者は、次の要件を全て満たすこと。ただし、下記(5)の要件を満たしていない場合であっても、その他の要件を満たしている場合は、下表に定める必要書面を参加申込書と同時に提出を行うことで、参加の申し込みを行うことができる。

- (1) 地方自治法施行令第167条の4の規定に該当しない者であり、かつその者を代理人、支配人、その他の使用人として使用する者でないこと。
- (2) 会社更生法による更生手続開始の申立てがなされている者又は民事再生法による再生手続開始の申立てがなされている者（手続開始の決定後の者は除く）等経営状態が著しく不健全な者でないこと。
- (3) 札幌市競争入札参加停止等措置要領に基づく参加停止措置を受けている期間中でないこと。
- (4) 事業協同組合等の組合がこの入札に参加する場合は、当該組合等の構成員が、構成員単独での入札参加を希望していないこと。
- (5) 令和8～10年度札幌市競争入札参加資格者名簿（物品・役務）において、大分類「一般サービス業」、中分類「情報サービス、研究・調査企画サービス業」または「広告業」に登録されていること。
- (6) 審査基準日の直前1年間において、1期の決算における製造、販売、請負等の実績高があること。
- (7) 不渡手形又は不渡小切手を発行して、銀行当座取引を停止された者で、2年を経過しない者でないこと。
- (8) 市区町村税、消費税・地方消費税を滞納している者でないこと。
- (9) 札幌市暴力団の排除の推進に関する条例第2条第2号に規定する暴力団員又は同条例第7条に規定する暴力団関係事業者でないこと。

<札幌市の競争入札資格者名簿に登録されていないものが提出する書面>

提出書面	備考
ア 申出書	(様式3)
イ 登記事項証明書	※登記は現在事項証明または全部事項証明(写し可) ※参加申込書の提出日から3か月前の日以降に発行されたもの
ウ 財務諸表(直近2期分)	貸借対照表、損益計算書
エ 納税証明書 (市区町村税)	※本店(契約権限を委任する場合は受任先)の所在地の市区町村が発行するもの(写し可) ※参加申込書の提出日から3か月前の日以降に発行されたもの
オ 納税証明書 (消費税・地方消費税)	※未納がない旨の証明書(写し可) ※参加申込書の提出日から3か月前の日以降に発行されたもの

8 参加手続きに関する事項

(1) 日程

企画提案の公募開始	令和8年4月30日(木)
参加申込書の提出期限及び	
競争入札参加認定通知書の提出期限	令和8年5月14日(木) 12時00分必着
企画提案書等提出期限	令和8年5月22日(金) 12時00分必着
選定委員会(ヒアリング)	令和8年6月1日(月)【予定】
選定結果の通知、契約締結	令和8年6月中旬

(2) 提出書類

下記アからエまでの提出書類について、上記(1)の提出期限までにまでに担当へ持参または郵送(書留郵便等配達状況を確認できるものに限る)により提出すること。なお、電子メール、FAXでは受付しない。

- ア 参加申込書(様式1) 1部
- イ 競争入札参加資格認定通知書 1部
(上記7(5)を満たさない場合は、札幌市の競争入札資格者名簿に登録されていないものが提出する書面一式)
- ウ 企画提案書及び業務費内訳書(見積書)
 - ・表紙に提案者の団体名称を記載したもの 3部
 - ・提案者の団体名称が記載されていないもの 10部
- エ 上記ウのPDFデータ(CD又はDVD) 1部

(3) その他の留意事項

- ア 提出書類の作成・提出に係る費用は申込者の負担とする。
- イ 提出書類に虚偽があった場合は失格とする。
- ウ 提出書類は理由の如何を問わず返却しない。
- エ 同一の申込者からの複数の企画提案書の提出は認めない。
- オ 審査の公正を期すため、企画提案書には、会社名、住所、ロゴマークなど、企画競争参加者を特定できる表示を付さないこと。
- カ 提出期限後の提出、差替え、変更、再提出及び追加を認めない。
- キ 当法人が選定にあたり必要と認めるときは、追加書類の提出を求めることがある。

(4) 質問の受付及び回答

企画提案を行うにあたり質問がある場合は、質問受付期間内に、所定の書面(様式3)に質問の要旨を簡潔に記入し、電子メールで送信するものとする。

ア 質問受付期限

令和8年5月11日(月)12時00分まで

イ 質問に対する回答

質問を受けた場合は質問者に随時回答するとともに、企画提案を募集する上で広く周知すべきと判断されるものについては、質問の内容を当法人ホームページで公表する。

ウ 送付先電子メールアドレス

dmol@sta.or.jp

※メールのタイトルは、

「(団体名) 閑散期における国内観光客誘客促進業務質問書」とする。

9 選定方法

札幌市国内観光プロモーション企画競争実施委員会(以下、「選定委員会」という。)において、別添「評価項目及び評価基準表」により総合的に審査し、最も優れた企画提案者を契約候補者として選定する。

(1) 参加資格の審査及び結果の通知

「7 参加資格要件」に基づき審査を行い、提案者に審査結果を通知する。

(2) 選定委員会によるヒアリングの実施

企画提案者に対してヒアリングを行い、契約候補者を選定する。ヒアリングの実施にあたっては、次のとおり行うものとする。

ア 提案者側の出席者は最大3名までとする。

イ ヒアリングは、1企画提案あたり、30分(企画提案書に基づくプレゼンテーション15分、質疑応答15分)を想定し、順次個別に行うものとする。

(3) その他

- ア 提案者の数によっては、一次審査（書類選考）を行う場合がある。
- イ 評価の結果は、提案者全員に文書により通知する。
- ウ 提案者が1者となった場合、選定委員会が定める最低評価基準点(選定委員会出席委員数×100×0.6)を超えた場合のみ契約候補者として選定する。
- エ 選定委員会による採点と同点の場合、委員全員の協議により契約候補者を選定する。

10 契約

契約候補者との契約は業務委託契約とする。また、原則として再委託を禁止し、委託者が事前に承諾した場合に限り、例外的に再委託できるものとする。詳細は契約書において規定する。本業務の実際の業務内容は、企画提案書に基づき、委託者と契約候補者による協議により決定する。企画提案書の内容がそのまま実際の業務内容とはならないことに留意すること。また、契約候補者が「7 参加資格要件」のいずれかに該当しないこととなった場合、契約を締結しないことがある。契約候補者との交渉が不調に終わった場合、選定委員会において次点とされた者と交渉する場合がある。

11 参加資格の喪失

企画提案者が参加資格を有することを確認したときから審査が確定するまで(契約候補者にあつては契約を締結するまで)の間に、次のいずれかに該当したときは提出された企画提案に関する評価をせず、又は契約候補者としての選定を取り消すものとする。

- (1) 参加資格を満たしていないことが判明し、又は満たさないこととなったとき
- (2) 提案書類に重大な不備や虚偽の記載をしたことが判明したとき
- (3) 不正な利益を図る目的で選定委員会の委員等と接触し、又は利害関係を有することとなったとき

12 失格事項

次のいずれかに該当したものは失格とする。

- (1) 提出書類の提出期間、提出場所、提出方法、記載方法等が、本提案説明書及び各様式にて定めた内容に適合しなかった者
- (2) 審査の公平性を害する行為をおこなった者
- (3) その他、本提案説明書等に定める手続き、方法等を順守しない者

13 参加資格等についての申立て

本企画競争において参加資格を満たさない、又は満たさないこととなった等の通知を受けた日の翌日から起算して10日(札幌市の休日を定める条例で規定する休日を除く。)以内にその理由等について書面により求めることができる。

14 評価についての申立て

企画提案者は自らの評価に疑義があるときは、選定結果に係る通知を受けた日の翌日から起算して3日（札幌市の休日を定める条例で規定する休日を除く。）以内に、自らの評価について書面により疑義の申し立てを行うことができる。

15 企画提案の著作権等に関する事項

- (1) 企画提案の著作権は各提案者に帰属する。
- (2) 当法人が本業務の実施に必要と認めるときは、企画提案を当法人が利用（必要な改変を含む）することを許諾するものとする。この場合は、あらかじめ提案者に通知するものとする。
- (3) 企画提案者は、当法人に対し、提案者が企画提案を創作したこと及び第三者の著作権、著作人格権及びその他特許権、商標権を含むいかなる知的財産権を侵害するものではないことを保証するものとする。
- (4) 企画提案の利用について、第三者から権利侵害の訴えその他の紛争が生じた時は、企画提案者は、自己の費用及び責任においてこれを解決するものとし、かつ、当法人に何らかの損害を与えたときは、その損害を賠償するものとする。
- (5) 提出された企画提案その他本件企画競争の実施に伴い提出された書類について、札幌市情報公開条例に基づき公開請求があったときは、同条例の定めるところにより公開する場合がある。

16 その他留意事項

- (1) 企画提案に係る一切の経費については提案者の負担とする。
- (2) 各種提出書類について、提出期限後の提出、差替え、変更、再提出及び追加提出は一切認めないものとする。

17 問合せ先

担 当 一般社団法人札幌観光協会 観光地経営推進部 プロモーションG
中野（なかの）、小松（こまつ）

住 所 〒060-0001 札幌市中央区北1条西2丁目 北海道経済センター7階

電 話 011-211-3341

F A X 011-231-1970

メール dmolsta.or.jp

「評価項目及び評価基準表」

評価基準点は「5点：非常に優秀 4点：優秀 3点：普通 2点：やや劣る 1点：劣る」とし、「評価基準点×係数」により評価点を求めるものとする。参加者が1者となった場合でも、別に定める最低基準点を超えた場合に限り優先交渉団体とする。

評価項目	評価内容	係数	評価点
実施方針の 的確性 (6-1)関係)	実施方針の内容及び策定に係る分析は適切であり、企画の特徴・テーマは本事業の目的達成のための確なものであるか。	3	15
効果的なプロ モーション (6-2)関係)	キャンペーンは地域の事業者が参画しやすいものであり、実送客及び観光消費額の増加に繋がる効果的な内容のものとなっているか。	3	15
	プロモーションを行う媒体は、ターゲットに対し発信力や影響力が見込めるものか。また、観光情報の発信は、ターゲットにとって魅力的であり、来札意欲を喚起するものとなっているか。	3	15
	広告の手法は、ターゲットに対し効果的な情報拡散に繋がるものであるか。	3	15
	本業務によるプロモーション効果が一過性のものとならないような工夫が行われ、次年度以降も継続した効果が見込まれるものとなっているか。	2	10
効果測定方法・ 目標の妥当性 (6-3) 関係)	効果を測る指標や手法は適切であり、設定されている目標の水準は本事業の目的達成に向けて妥当なものであるか。	3	15
体制・計画の 適否 (6-4) 関係)	業務を遂行するための適切な業務体制及び人員確保がなされ、確実に遂行し得るスケジュールになっているか。	1	5
経費の妥当性 (6-5) 関係)	提案内容に対して積算額が妥当であるか。	1	5
独自提案	業務目的を達成するにあたり、独自性のある、有効な提案となっているか。	1	5
		合計	100