

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 公募型企画競争提案説明書

1 業務名

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

2 背景及び目的

札幌市における国内観光客の宿泊数は、例年10月から1月にかけて減少し、とくに1月及び4月は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。また、国内来札観光客の約3割弱は20代で構成されており、年代別に見ると最も構成割合の多いボリュームゾーンとなっている。

本業務では、来札者の多い20代を中心とした若年層に対して、秋及び春先にかけての誘客及び観光消費額の増加を図るとともに、国内人口が縮小する中で、国内観光客数を維持向上させるため、新たな札幌ファンの獲得及び旅行先としての興味関心の向上につなげるプロモーションを実施することを目的とする。

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)

35,500,000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

首都圏・関西圏を中心として道外(国内)に在住する、20代を中心とした若年層の一般消費者をターゲットとする。

(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先を中心とした誘客、観光消費額増を実現できるよう、当該期間の来札者が旅行検討を行う時期などの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

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、以下に記載の札幌独自の魅力を訴求するテーマ・コンセプトを2～3つ策定したうえでプロモーションを実施すること。

ア 詳細なターゲットの設定

大枠のターゲットは若年層とするが、プロモーションについては、以下の通り設定する2～3つの発信コンセプトごとにさらに詳細なターゲット設定を行ったうえで実施すること。

イ 情報発信媒体、手法

ターゲットとする若年層が観光情報の収集に使用するWEBメディアやSNS、若年層に影響力のあるインフルエンサーの活用など、ターゲットへの情報発信に効果的な媒体を使用すること。インフルエンサーを活用する場合などにおいては、目的に沿った起用を行うこと。

また、発信においては、多くのターゲットに対し、札幌の魅力を深く訴求できるよう、適宜広告等を実施しながら情報の拡散を行うこと。

なお、情報発信のため制作した動画や記事などは、本業務の事業期間終了後も可能な限り長く使用できるよう調整すること。

ウ 発信内容

札幌市や若年層に対する分析に基づいた発信コンセプトを2～3つ策定したうえで、札幌市の国内観光客数が減少する秋及び春先を中心とした誘客、観光消費額増につながる発信内容とすること。また札幌を訪れた20代の約3割は初来札であるため、札幌の王道のコンテンツなどを交えながら、若年層にとって魅力的だと思われるコンテンツなども織り交ぜて、発信すること。発信にあたっては、コンテンツの紹介だけでなく、札幌での具体的な滞在イメージも訴求し、ターゲットが実際に行程に組み込めるような工夫を行うこと。

加えて、観光地としての札幌への興味関心の向上及び来訪促進のため、札幌独自の魅力を発見及び拡散するようなSNSによるUGCを促す施策を実施すること。なお、施策実施にあたっては、ステルスマーケティング対策や、札幌のイメージを棄損しないよう十分に留意すること。

(4) 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興味関心増の効果や送客効果、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、若年層への誘客プロモーションを実施する際に、設定すべき詳細なターゲット、コンセプト及びそれらに効果的な媒体や時期などを明らかにすること。

なお、インフルエンサーを起用する場合、可能な範囲でどのジャンルのインフルエンサーがより効果が高いか明らかにすること。

(5) その他

業務を進める中で、別途実施する「令和8年度閑散期における国内観光客誘客促進業務」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。なお、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。

(1) 実施方針

札幌市の観光動向や観光資源及び若年層の嗜好や観光動態について分析し、若年層市場における来札旅行に対する解釈を示したうえで、ターゲット及びプロモーション時期等をふまえた本事業実施に当たっての基本的な考え方、企画の特徴やテーマ、対象とする詳細なターゲットを提案すること。

また、設定したターゲットのインサイト分析に用いた具体的なソース（SNSのプラットフォーム別エンゲージメント率の傾向や、他地域での成功事例の数値など）を明記し、客観的根拠とともに明らかにすること。

なお、ターゲットが札幌を「具体的な旅行先候補」としてプロモーションを通じて選択するに至るまでの論理的なシナリオについても示すこと。

(2) プロモーションの内容

ア 情報発信媒体及び手法

WEBメディアやSNS、インフルエンサーなど、情報発信を行う媒体の概要（活動地域、発信力、取り扱っている情報の内容、読者・視聴者の属性等）を示すとともに、各媒体における具体的な情報発信の手法および定量的な影響力（過去の平均リーチ数等）について具体的に示すこと。

また、これらの媒体を選定した理由や発信手法における工夫についても示すこと。

イ 情報発信内容

各媒体でのテーマごとの情報発信のコンセプト、分量（記事・動画の長さ、発信回数等）、構成、発信内容について具体的に示すこと。

また、ターゲットの多様な関心（例：食、ナイトタイム、自然等）に対応できるよう、異なる切り口の発信コンセプトを複数（2～3案程度）提示し、それぞれのターゲットに対する有効性を根拠とともに示すこと。あわせて、ターゲットが実際に来札した際の具体的な滞在イメージ（モデルコース・行程案）を提示すること。なお、札幌滞在の魅力向上に資する場合は、周辺都市のコンテンツも含めたモデルコース等の作成も可とする。

さらに観光地としての札幌への興味関心の向上及び来訪促進のため、ユーザーが自発的に札幌の魅力を発信する仕組みを提案すること。提案には、想定されるユーザーの参加動機、具体的な投稿フロー及び想定される目標 UGC 数を含めること。なお、実施に際しては札幌のイメージを棄損しないようどのように配慮して施策を実施するのかについても合わせて示すこと。

(3) 効果測定と分析

ア 各施策（SNS、WEB 広告、インフルエンサー等）におけるリーチ単価やエンゲージメント率などの具体的な KPI と、その目標数値を設定した算出根拠（自社の過去の実績データや業界平均データ等）を提示すること。

イ 単なるインプレッション数や再生数に留まらず、目的の達成を定量的に測るための指標についても根拠と合わせて示すこと。

ウ 当該事業指標及び成果指標の具体的な測定方法、測定時期を示すこと。

エ 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2日(火)【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(DVD等) 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2)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) 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

「8 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が同点の場合、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「8 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。

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 dmol@sta.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り、かつ客観的なデータや市場分析に基づく明確な根拠が示されているか。 | 4 | 20 |
| 効果的なプロ モーション (6-(2)関係) | 情報発信を行う媒体はターゲットに対し発信力や影響力があるか。また、その選定理由が過去のリーチ実績やエンゲージメント率などのデータに基づき、論理的に説明されているか。 | 3 | 15 |
| | 情報発信の手法は、認知から興味関心の向上、具体的な旅行検討へと至る行動変容の導線が論理的に設計されているか。 | 3 | 15 |
| | 複数設定した情報発信のコンセプトや内容は、ターゲットに対して効果的に札幌の魅力を訴求できるものであるか。 | 3 | 15 |
| 効果測定方法・ 目標の妥当性 (6-(3) 関係) | 効果を測る指標は適切であり、設定されている目標は事業目的に合致し、かつ算出根拠に信頼性があるか。 | 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。 | 2 | 10 |
| 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。 | 2 | 10 |
| | | 合計 | 100 |