

2026 年度カナダ・米国市場調査型レップ業務 公募型プロポーザル提案説明書

1 業務名

2026 年度カナダ・米国市場調査型レップ業務

2 背景及び業務の目的

カナダ・米国市場は海外旅行における訪日旅行の割合、旅行消費単価や地方訪問意向が拡大傾向にあり、マーケットのさらなる拡大が期待されている。また、2026 年冬季に、カナダ・バンクーバー、米国・サンフランシスコから、新千歳空港との間に直行便が初めて期間就航することが決まり、札幌・北海道にとっても今後の誘客拡大が期待できる有望な市場といえる。

本事業では、現地の一般消費者、旅行会社・トラベルアドバイザー・メディア、受入先行事例の調査等を実施することで、直行便の維持・便数拡大、通年化の実現を通じて、両市場からの誘客を効果的に図っていくための誘客戦略・戦術を明らかにすることを目的とする。具体的には、ターゲットの選定とプロモーション戦略を明らかにし、中長期的なロードマップ等を以下の通り示すこと、さらにコンテンツ造成並びに受入体制整備の課題が明らかになる場合はその方向性について提言することとする。

3 業務委託期間

業務委託期間は、契約締結日から 2027 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、事業内容に応じ、委託者が定めるものとする。

4 予算規模（契約限度額）

本業務の上限は 17,600 千円（消費税及び地方消費税相当額を含む）とする。

※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 業務の内容

直行便の好機を生かしつつ、受入体制との調和を図りながら、カナダ・米国市場からの誘客を図っていくためのプロモーションのターゲットや方向性、ロードマップ等の戦略を明らかにするため、下記(1)の対象市場に対し(2)～(8)の業務を実施すること。

各種調査の実施にあたっては、統計情報や各種調査レポート、JNTOをはじめとする当該市場に精通した関係機関・事業者からのヒアリング情報、自社の業務実績など、できる限り客観的なデータを用いて仮説を設定の上、取り組むこととする。

なお、札幌は札幌観光地経営戦略（URL：<https://association.sapporo.travel/wp-content/uploads/2026/05/56131cb510811d3ff575acf889f1a9bb.pdf>）に基づき、下記ブランドイメージの確立を目指していることから、本戦略に沿った事業の企画・実施を行うこと。

【ブランドコンセプト】

大都市と自然が育んだ「札幌スタイル」。
おおらかさと心地よさに包まれながら、新たな冒険へいざなう

(1) 対象市場

カナダ・米国市場

(2) レップ事務局業務

カナダ・米国市場の2か国に、本事業実施に係るレップオフィスを設置し、それぞれ業務遂行に必要な人員数・人材を配置すること。本事業の目的達成に資すると判断できる場合、レップオフィスの設置に代わり、現地旅行会社等、事業実施の支援が可能な事業者と連携する体制を構築することも認める。

なお、現地担当者が日本語でコミュニケーションを取れない場合には、受託者が通訳を行う等、円滑にコミュニケーションをとることができる体制を保証すること。

また、必要に応じて、実行委員会の活動に関するコンサルティング・調査等を適宜行うこと。

(3) 現地一般消費者に対する定量調査

事業目的を踏まえ、カナダ・米国市場からの誘客可能性を探ることを目的に、以下の通り一般消費者に対する定量調査を実施すること。

また、当該調査を通じ、直行便就航による札幌・北海道の旅行目的地としての

認知への影響についても把握すること。

ア 対象都市

- ① カナダ…バンクーバーを含む、目的達成に資する２都市以上
- ② 米国…サンフランシスコを含む、目的達成に資する２都市以上

なお対象都市の選定にあたっては直行便の維持・便数拡大、通年化の実現に資するエリアを加味すること。

イ 調査対象

海外旅行興味関心層

ウ サンプル数

提案によるものとする

エ 調査手法

提案によるものとする。

オ 調査内容

提案によるものとするが、以下の分析が可能となる調査内容とすること。

① 市場特性分析

旅行ニーズ、訪日意向、北海道・札幌の認知状況、来訪動機、旅行形態、旅行手配方法、情報接触・収集行動等

② ターゲット分析

基本属性（国・地域、年代、性別、所得等）、同行形態（家族、友人、カップル等）、旅行行動（泊数、滞在日数、消費額、旅行頻度、リピート意向等）、競合エリア、意思決定要因（情報源、来訪理由等）、旅行スタイル・価値観（ライフスタイル）、季節ごとの札幌との親和性等

(4) 現地旅行会社・トラベルアドバイザー・メディアに対する調査

事業目的を踏まえ、カナダ・米国市場からの誘客可能性を探ることを目的に、旅行会社及びトラベルアドバイザー、メディアに対するヒアリング調査を実施すること。

当該調査の実施により、市場における札幌・北海道のポジショニングや送客の課題を把握するとともに、トレンドや消費者の潜在的なニーズや今後のプロモーション手法の検討するにあたっての基礎情報を収集するものとする。

ア 対象都市

- ① カナダ…バンクーバーを含む、目的達成に資する２都市以上。
- ② 米国…サンフランシスコを含む、目的達成に資する２都市以上。

上記都市において一般消費者に対し旅行商品を取り扱う旅行会社・トラベルアドバイザー、旅行情報を発信するメディアとする。

なお、対象都市の選定にあたっては、直行便の維持・便数拡大、通年化の実現に資するエリアを加味すること。

イ 調査対象

- ① 旅行会社・トラベルアドバイザー

各都市５社以上

旅行会社は訪日旅行の取扱いのあることを必須とし、可能な限り各市場１社以上は札幌・北海道に送客実績がある旅行会社を選定すること。

- ② メディア

各市場５社以上

ウ 調査手法

ヒアリングによる定性調査

エ 調査内容

提案によるものとする。

(5) 受入先行事例調査

事業目的を踏まえ、実効性のある誘客を推進するため、当該市場からの受入実績の先行事例を調査すること。

ア 調査対象

国内でカナダ・米国市場の観光客の受入を行うランドオペレーター等
５事例以上

イ 調査手法

ヒアリングによる定性調査

ウ 調査内容

提案によるものとする。

(6) 集計・分析

上記調査等の結果及び統計情報・各種調査レポート等の客観的なデータを用いて分析・考察を行った上で、ターゲットのニーズと札幌の親和性を踏まえ、今後の誘客戦略・戦術を明らかにすること。具体的にはターゲットの選定とプロモーション戦略を明らかにし、中長期的なロードマップ等を以下の通り示すこと。さらに当該ターゲットを誘客する上で、コンテンツ造成並びに受入体制整備の課題が明らかになる場合はその方向性について提言すること。

なお、誘客戦略・戦術は、直行便の通年化での誘客に資するものとする。

ア ターゲットの選定

各市場のターゲットについては、具体的な旅行者セグメントまで整理し、調査結果を基に選定根拠を明らかにするとともに、その結果をペルソナやポートフォリオ等により可視化して示すこと。

① 想定する整理例

年代、同行形態、消費額、来訪可能性、平均泊数、滞在傾向、成長性、市場規模、旅行目的、季節ごとの札幌との親和性等

イ プロモーション戦略

選定したターゲットについてカスタマージャーニーをまとめ、誘客施策の方向性を整理の上、プロモーションのロードマップ等を示すこと。具体的には、市場特性に応じ、市場ごとに誰に、何を、どのように伝えるかを明確にしたうえで、プロモーション施策の方向性の整理、およびアクションプラン策定への提言を行うこと。

ウ コンテンツ造成及び受入体制整備

選定したターゲットの誘致に向けたコンテンツ造成及び受入体制整備の方向性及びロードマップ等を示すこと。

エ 今後の調査・検証への提言

本業務で得られる調査・分析結果を踏まえ、今後の戦略策定・施策展開に向けて、現時点で把握が不足する事項や継続的に検証すべき事項を整理するとともに、追加調査・検証の必要性、優先順位及び実施時期等について、具体的な考え方を示すこと。

(7) 誘客戦略・戦術に対する定性調査

本調査事業の分析結果及び策定する誘客戦略・戦術の実効性を確認するための定性調査を行うこと。

ア 調査手法

実地での定性調査とし、手法は提案によるものとする。

(例) BtoC 向けグループインタビュー、BtoB 向けインタビュー及びセールスコール等

イ 調査内容

提案によるものとする。

なお、定性調査には、委託者からも立ち会うこととし、必要な通訳者（日本語⇔英語のビジネス通訳が可能で、現地旅行業界や北海道観光に精通した人物を1～2名）、移動車両等の手配を行うこと。なお、委託者からの参加者は2名程度を想定。（委託者からの立ち合い者の旅費は事業費に含めない。）

(8) 報告

ア 定期的な報告

5(1)～(7)の活動状況について、適切なタイミングで報告を行うこと。なお、提案時にマイルストーンと共に、報告の開催時期を示すこと。

イ 最終報告

業務終了時に、5(1)～(7)までの実施概要、調査結果及び分析、検討結果をまとめた報告書を作成し、委託者に提出すること。なお、この結果は公表を行うことがある。

また、報告書の作成にあたっては、事前に実行委員会と協議を行うこと。

6 成果物について

事業終了時に、実施概要、調査結果及び分析、検討結果等を取りまとめ、事業実施報告書を作成し、電子データで提出すること。

7 企画提案を求める事項

以下の(1)～(7)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、JNTOをはじめとする当該市場に精通した関係機関・事業者からのヒアリング情報、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

事業目的を踏まえ、カナダ・米国市場からの誘客を図っていくためのプロモーションにおけるターゲットや方向性、ロードマップ等の戦略を明らかにするため、その仮説と根拠を示し、本事業における基本的な考え方、企画の特徴等を示すこと。また、各調査の目的を踏まえた実施スケジュール（調査手法・内容とその順序、各調査の関係性などを含む）を明確にすること。

(2) 調査の実施体制

- ア 各国における調査を実施するにあたり、どのような体制で業務を遂行し、事業の目的を達成するのかを具体的に示すこと。
- イ 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。
- ウ 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にカナダ・米国への調査業務やプロモーション業務等の類似事業実績を示すこと。
- エ 提案者及び業務体制を構成する事業者がネットワークを有する現地旅行会社及びトラベルアドバイザー、メディア、国内の先行受入観光事業者等を示すこと
- オ 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。

(3) 一般消費者に対する定量調査

- ア 調査の対象都市、実施方法、当該調査方法を選定した理由、及び調査の実施方針を示すこと。
- イ 調査対象者の属性・選定基準・その選定方法、サンプル数、具体的な調査内容（設問）、実施時期等を示すこと。

(4) 現地旅行会社・トラベルアドバイザー・メディアに対する調査

ア 調査の実施方針、旅行会社・トラベルアドバイザー・メディアの選定基準（会社・役職等）、数、ヒアリングの実施方法・実施時期、具体的なヒアリング内容（設問）等を示すこと。

なお、ヒアリング対象の旅行会社・トラベルアドバイザー・メディアの選定基準や調査内容については、併せてその理由を示すこと。

イ ヒアリング候補先を示すこと。また、当該会社の会社概要、取扱分野に加え、旅行会社については日本や札幌・北海道の送客実績も示すこと。

(5) 受入先行事例調査

調査の実施方針、ヒアリングを行うランドオペレーター等の選定基準、数、ヒアリングの実施方法・実施時期、具体的なヒアリング内容（設問）等を示すこと。

なお、ヒアリング対象のランドオペレーター等の選定基準や調査内容については、併せてその理由を示すこと。

(6) 集計・分析

本業務を通じ、ターゲットの選定とプロモーション戦略、さらに当該ターゲットを誘客する上でのコンテンツ造成及び受入体制整備について、中長期的なロードマップ等を含めた誘客戦略・戦術を示すための具体的な調査・分析の手法と実施計画を示すこと。

(7) 誘客戦略・戦術に対する定性調査

本調査事業の分析結果及び策定する誘客戦略・戦術の実効性を確認するための定性調査の手法及び調査内容を示すこと。

(8) 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。

8 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8～12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」又は「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(直前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(その3の3)(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

9 参加手続きに関する事項

(1) 日程

ア 企画提案の公募開始	2026年8月17日(月)
イ 参加申込書及び 競争入札参加認定通知書の提出期限	2026年8月31日(月)12時00分必着
ウ 企画提案書等提出期限	2026年9月7日(月)12時00分必着
エ 選定委員会(ヒアリング)	2026年9月15日(火)午後(予定)
オ 選定結果の通知、契約締結	2026年9月下旬

(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8(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 審査の公正を期するため、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、実行委員会事務局に電子メールで送信するものとする。

ア 質問受付期限

2026年8月24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、質問の内容を札幌観光協会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)【2026年度カナダ・米国市場調査型レップ業務】質問書」とする。

10 契約候補者の選定方法

本プロポーザルにおいて、企画提案の内容は、実行委員会の構成団体等からなる「札幌市国際観光プロモーション企画競争実施委員会」(以下「実施委員会」という。)を設置して評価する。評価及び契約候補者の選定は、実施委員会が審査を行って、最も優れた企画提案者を選定し、もって契約候補者とする。

(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、参加資格を満たさない場合は、書面により通知する。

(2) 評価の基準

評価基準点は「5点：非常に優秀 4点：優秀 3点：委託可能 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。

評価項目	評価内容	係数	配点
実施方針 (7-(1) 関係)	実施方針は提案説明書を理解し、対象市場への理解・分析に基づき適切に策定され、分析に沿った適切な仮説が示されているか。 また、各調査の目的を踏まえた実施スケジュール（調査手法・内容とその順序、各調査の関係性などを含む）が明確になっているか。	3	15
調査の実施体制 (7-(2) 関係)	業務を遂行するため、適切な業務体制及び人員確保、業務遂行能力が確保されているか。 また、確実に業務を遂行しうるスケジュールとなっているか。	2	10
現地一般消費者に対する定量調査 (7-(3) 関係)	事業目的を踏まえ、調査方法は現地一般消費者のニーズを適切に把握できるものとなっており、調査対象者の選定基準は適切に設定されているか。 また、戦略の策定に繋がる有効な設問構成、サンプル数等具体的な調査手法、および実施計画が示されているか。	3	15
現地旅行会社・トラベルアドバイザー・メディアに対する調査 (7-(4) 関係)	事業目的を踏まえ、調査対象者の選定基準は適切に設定されているか。 また、戦略の策定に繋がる有効な設問構成、サンプル数等具体的な調査手法、および実施計画が示されているか。	3	15
受入先行事例調査 (7-(5) 関係)	事業目的を踏まえ、調査対象者の選定基準は適切に設定されているか。 また戦略の策定に繋がる有効な設問構成、サンプル数等具体的な調査手法、および実施計画が示されているか。	3	15
集計・分析 (7-(6) 関係)	本業務を通じ、今後の誘客戦略・戦術を示すための具体的な調査・分析の手法と実施計画が示されているか。	3	15
誘客戦略・戦術に対する定性調査 (7-(7) 関係)	本調査事業の分析結果及び策定する誘客戦略・戦術の実効性を確認するための定性調査の具体的な手法及び調査内容が示されているか。	2	10
経費の妥当性 (7-(8) 関係)	提案内容に対して積算額が妥当であるか。	1	5
合 計			100

(3) 実施委員会によるヒアリングの実施

企画提案者によるプレゼンテーション及び評価委員からのヒアリングを行い、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 企画提案者側の出席者は各団体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。

(4) 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 総合得点満点の6割を最低基準点と定め、最低基準点に満たない場合は、契約候補者とししない。

エ 提案者が一者となった場合、最低基準点を超えた場合のみ契約候補者として選定する。

オ 実施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。

11 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。

なお、別紙1に契約書案を添付する。事前に内容について確認し、契約候補者として選定された場合には、その通知から3営業日以内に修正希望事項等について委託者に申し出ること。

12 参加資格の喪失

本プロポーザルにおいて、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は行わず、又は、契約候補者としての選定を取り消すこととなる。

- (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実施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。

13 失格事項

以下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。
- (1) 審査の公平性を害する行為をおこなった者。
- (2) 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。

14 参加資格等についての申立て

本プロポーザル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。

15 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。

16 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。

17 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。

18 各書類の提出先・問合せ先

担 当 札幌市国際観光誘致事業実行委員会事務局

(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)

萩（おぎ）、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

メール dmol@sta.or.jp