

令和8年度 いせしませんぐう旅プロモーション業務仕様書

1 業務名

令和8年度 いせしませんぐう旅プロモーション業務

2 業務目的

本業務では、令和5年度から進めている第63回神宮式年遷宮（以下、「式年遷宮」）を契機とした伊勢志摩地域（伊勢市、鳥羽市、志摩市、南伊勢町）を中心に、玉城町、度会町、明和町の周辺地域を含むエリア（以下、「伊勢志摩・周辺地域」）の観光活性化事業である「いせしませんぐう旅」事業について、単年度の施策にとどまらない中長期的な視点に基づいた戦略的なプロモーションを展開する。

特に、地域内での「滞在日数の増加（連泊の促進および延べ宿泊客数の拡大）」を最重要ゴールとして掲げ、情報発信から観光誘客へ繋げるタッチポイントの創出を行う。これらを通じて「いせしませんぐう旅」を広く観光客に周知することで、新規観光客の開拓、リピーターの促進、滞在時間の延長、地域内周遊率の向上などの観光活性化を目指す。このため、単なる観光情報の認知に留まらず、2泊以上の「長期滞在」へと繋がる具体的な契機や動機付けとなる施策・仕組み作りを重視する。あわせて、公共交通機関の利用促進も含めた持続可能な観光地づくりの推進による地域経済の活性化を図ることを目的とする。

3 委託期間

契約締結日から令和9年3月15日（月）まで

4 契約上限額

25,000,000円（消費税及び地方消費税含む）

5 委託業務の内容

（1）業務内容

式年遷宮を契機として、伊勢志摩・周辺地域への誘客促進、宿泊客数の増加（滞在日数の増加）、地域内の周遊促進および消費拡大を目的に、中長期的な視点に基づいた地域の情報発信プロモーション企画を以下の内容で実施する。なお、企画に際しては、いせしませんぐう旅実行委員会で定めたコンセプトやステートメントの内容を踏まえて策定すること。また、本業務の客観的データに基づき地域経済への波及効果がどの程度発生しているかを正確に把握するため、提案事業者は本事業の目的に資する具体的な「KGI および KPI」をそれぞれ設計・提案し、その達成に向けた費用対効果を論理的に算定すること。

【参考 URL】

・いせしませんぐう旅 <https://www.iseshima-kanko.jp/iseshimasengutabi/>

ア. 中長期プロモーション戦略および4ヵ年ロードマップの策定

【企画提案段階】 提案事業者は、令和11年度までの4ヵ年を見据えた中長期的なプロモーション戦略およびロードマップについて、その骨子や方向性を企画提案書にて提示すること。提案にあたっては、単な

る手法の羅列ではなく、メインターゲット（主に首都圏の20代～30代女性）の詳細なターゲット像（行動特性・旅行ニーズ）の明確化、伊勢志摩地域における長期滞在（連泊）の阻害要因の抽出、および競合観光地との差別化要因の明確化など、中長期のプロモーションを論理的に組み立てる戦略策定プロセスを網羅すること。

【契約後の実業務】 最優秀提案者として特定された受託者は、契約締結後速やかに、提示した提案内容をベースとして当機構と十分に協議・調整を重ねた上で、本事業のロードマップとしてこれを策定するものとする。

イ. 統合型マーケティングコミュニケーションによるプロモーション施策の実施

上記「ア」で策定された戦略および世界観に基づき、主に首都圏における「いせしませんぐう旅」の圧倒的な認知拡大と、一過性にとどまらない「宿泊客数の増加（連泊促進）」および「確実な情報囲い込み」を達成するため、既存の周遊資産の活用と多様なメディア・手法を統合・連携させた、立体的かつ効果的な統合型マーケティングコミュニケーション施策を企画・実施する。その際、ターゲット層へ「長期滞在（連泊）」の魅力を情緒的・効果的に訴求するためのプロモーション展開を行うとともに、主要 OTA 等において連泊インセンティブ（割引や特典等）と連動した実売導線を確保すること。具体的な展開にあたっては、以下の要素を必ず連動させ、各要素の目的を統合的に整理すること。

・「いせしませんぐう旅札」を活用した誘客・周遊促進および旅行商品造成支援

地域内周遊と確実な宿泊誘導の軸となる「いせしませんぐう旅札」（以下、「旅札帳」）の認知度向上および実際の購入・利用を促す仕組みをプロモーション全体に組み込むこと。単に宿泊と旅札帳を組み合わせるだけではなく、宿泊客が「もう一泊したい」と感じるような、宿オリジナルの高い付加価値を組み合わせたパッケージ商品の提案・造成を促進・支援し、「宿・旅札帳・オリジナルコンテンツ」の三位一体のパッケージ化を図ること。

【オリジナルコンテンツの具体例】 遷宮をイメージした食事テーマのスペシャルディナー、伊勢志摩・周辺地域のお土産・特産品とのコラボ商品や結び手商品等との連携、伊勢神宮の清浄さをテーマにした特別ウェルネスプログラム、スパトリートメントの特別プラン、伊勢志摩のオリジナルアクティビティとの連動など。参画する宿泊事業者等へのデジタル広告の出稿支援やクリエイティブ素材の提供、統一された世界観（トーン&マナー）に基づくパッケージプロモーションを展開し、伊勢志摩・周辺地域への広域的な連泊・周遊を強力に担保すること。

・主要 OTA とのタイアップおよび実売導線の構築

プロモーションの効果を確実に購買へ繋げるため、主要 OTA とタイアップし、特設ページを作成すること。これにより、認知→関心→購買のマーケティング導線に完全フィットした受け皿を構築すること。

・インフルエンサー、著名人による SNS 情報発信

20～30 代の若年層（主に女性等）に強い影響力を持つインフルエンサーや著名人を起用し、各種 SNS（YouTube、Instagram、TikTok 等）での戦略的な情報発信を展開すること。インフルエンサーの活用は、具体的に売るための情報供給量を増やす手段として有効に位置づけ、上記の交通広告等による PV（認知獲得）に加え、情報の上乗せ効果を狙うこと。具体的には、本事業の連携施設の宿（例：6～9 施設等）へインフルエンサーを実際に派遣し、上記の三位一体パッケージ（プラン紹介）の魅力を体験ベースでリアルに発信させるとともに、特設 OTA ページへの確実な流入導線を作る設計とすること。

・ポスターおよび既存・新規動画素材を活用した多角的な広告施策（交通広告等）

主要ターミナル駅等の交通広告やデジタルサイネージ等において、「いせしませんぐう旅」の統一感のあるポスター掲出や動画放映を行うこと。動画の活用にあたっては、情緒的な美しさ（絵作りの綺麗さ）と、旅行者の来訪意欲（刺さること）のバランスを高度に保った訴求を行うこと。

・タッチポイントから実売への導線設計（主要 OTA 特設ページ等へのダイレクト誘導）

SNS・ポスター・交通広告・動画等のあらゆるタッチポイントから流入したユーザーを、一過性の認知で終わらせず確実な宿泊予約（囲い込み）へと繋げるため、本年度の広報導線は、主要 OTA ページ等に構築する「いせしませんぐう旅特設ページ」へダイレクトに集約・最適化させること。新たに独立した WEB サイトをゼロから構築するのではなく、予約・実売に直結するプラットフォーム（OTA）の受け皿機能を最大限に活用し、ページ内において「長期滞在（連泊）」の魅力発信、旅札帳の利用メリットの提示、宿泊パッケージへの誘導を完結させることで、閲覧から実際の旅行予約へと迷わずに繋げる確実な導線を設計すること。

ウ. デジタル認知度調査の実施

本事業の中長期的なブランディング戦略および地域経済への波及効果がどの程度発生しているかを客観的に把握し、次年度以降のプロモーション計画をエビデンスとバックデータに基づき客観的・論理的に構築するため、デジタルでの認知度調査を実施する。

・提案においては、本事業のメインターゲットである 20 代～30 代の女性にフォーカスを絞り、対象エリア（主に首都圏）の居住者を抽出した設計とし、実施のタイミング、設問設計の方向性（認知度、連想ワード、来訪意欲等の測定）、回収サンプル数（300～400 件を想定）、および設問意図の論理性を提示

すること。なお、具体的な調査地域や実施方法、設問内容等については、当機構と受託者で協議のうえ決定するものとする。

- ・調査結果を詳細に分析し、令和8年度の成果測定（KPI 達成度）の検証および中長期ロードマップへのフィードバックに活用すること。

エ. 独自提案（予算外での連携・タイアップ施策等）

- ・提案事業者が有する独自のネットワークや、他クライアント（他自治体・民間企業・交通事業者等）との共同プロモーション（タイアップ・共同広告・広告収入の確保等）による相乗効果、および費用対効果の向上を図る独自提案を可能とする。

- ・本事業の目的・KPI を統合的に押し上げるために、事業予算外（提案事業者の持ち出しやタイアップ先負担等）で実施する魅力的な施策・リソースの提案も歓迎する。ただし、これら予算外施策の実際の執行・実施にあたっては、費用負担の透明性、成果物の権利帰属、個人情報取り扱い等を含め、当機構と事前に協議し、承認を得るものとする。また、本事業の中長期的な自走・持続可能性を見据え、民間資金や広告収入の確保等に向けた自主財源獲得のための具体的かつ実現性の高い仕組みについても積極的に提案すること。

(2) 提案における留意点

提案内容については、以下の点に留意すること。

- ・対象地域は伊勢市、鳥羽市、志摩市、南伊勢町、玉城町、度会町および明和町とする。
- ・本業務の効果を客観的に測ることができる独自の KPI/KGI 連動型の仕組みを提案すること。
- ・事業の実施に際し、実施主体である当機構と協議する余地があること。
- ・「いせしませんぐう旅実行委員会」と連動すること。

6 参加資格

次に掲げる要件をすべて満たしたものとする。

- (1) 三重県において資格（指名）停止措置要領に基づく資格（指名）停止期間中でないこと。
- (2) 常に連絡調整ができるように、体制を整えておける者であること。
- (3) 本プロポーザルに参加しようとする者は、令和8年7月22日（水）正午までに別紙1「令和8年度いせしませんぐう旅プロモーション業務プロポーザル参加申込書」を提出すること。

7 審査の方法

審査は、事前書類審査及びプレゼンテーション審査の2段階で行い、事前書類審査の上位4者に対してプレゼンテーション審査を行う。ただし、企画提案書の提出者が5者に満たない場合は、参加申込者すべてを対象にプレゼンテーション審査を行う（参加申込者が1者の場合でもプレゼンテーション審査は行うものとする）。

- (1) 事前書類審査 ※参加申込者が5者以上の場合のみ実施

提出された企画提案書及びその他提出書類について事前書類審査を行い、プレゼンテーション審査対象者として4者を選定する。

・書類審査結果通知

事前書類審査の実施後、審査対象者に対し、審査結果を書面にて通知する。

・評価基準

書類審査における評価基準は評価基準表のとおり

(2) プロポーザル（プレゼンテーション審査）

令和8年7月27日（月）正午までに提出された書類に基づき、プレゼンテーションを行う。

※時間等詳細については別途通知

8 プロポーザルの実施方法

本仕様書に基づき提出された企画提案資料について、「令和8年度いせしませんぐう旅プロモーション業務 プロポーザル選定委員会」において、書類審査とプレゼンテーションによる審査を行い、総合的に評価して最優秀提案者の選定を行う。

(1) 企画提案書等の提出

提出期限 令和8年7月27日（月）正午まで

提出先 〒519-0609 三重県伊勢市二見町茶屋420-1

伊勢市二見総合支所3階

公益社団法人伊勢志摩観光コンベンション機構 下村・奥村

メール shimomura.h@iseshima-kanko.jp

okumura.k@iseshima-kanko.jp

提出方法 上記提出先に電子メールによる送付。持参及び郵送は原則不可とする。

受理の確認 電子メールによる送付後、提出期限までに電話にて担当に受理を確認すること。

(2) プレゼンテーションの実施

開催日 令和8年8月4日（火）

(※タイムスケジュール等詳細については、決定次第、別途通知する)

開催場所 〒519-0609 三重県伊勢市二見町茶屋420-1

伊勢市二見総合支所3階

※現地ならびにオンラインも可とする。

実施方法 説明は、事前に提出した企画提案書等によるものとする。

その他 ①プレゼンテーションの説明者は、補助者を含めて3名までとする。

ただし、提案する企画の説明は、実務の責任者が中心となって行うこと。

②プレゼンテーションの時間は質疑応答を含め、30分以内とし、内訳はプレゼンテーション20分、質疑応答等10分を目安とする。

9 企画提案書等について

以下の(1)から(4)の全てのPDFデータを提出すること。

なお、PDFデータは原則A4横向きで30ページ（表紙、目次、別紙はページに含まない。）以内、文字

サイズは10ポイント以上とする。ただし、図面等で必要な場合のみA3判折り込みも可とする（A3の1面はA4の2枚とカウントする）。※別紙（会社概要等）は必要最小限に留めること。

(1) 企画提案書

- ・提案書の内容は本仕様書に沿った業務内容（特に KGI/KPI の設計、総合型マーケティングコミュニケーション（旅札帳の活用、ポスター・動画連動、主要 OTA 特設ページ等へのダイレクト誘導）、デジタル認知度調査、独自提案を含む）とする。
- ・過去3年間の同種の事業実績についても記載すること。

(2) 業務実施体制（任意様式）

提案事業者の組織概要、沿革等を簡潔に記載したもので、当業務を円滑に推進するための提案者の実施体制の詳細を記載すること。

(3) 業務実施スケジュール（任意様式）

当業務を円滑に推進するための具体的スケジュールを記載すること。

(4) 見積書（任意様式）

積算の内訳は大きくまとめて一式とするのではなく、費用（統合型プロモーション施策、デジタル認知度調査等）の内訳を詳細に記載すること。見積書の金額は、算用数字、単位は円とし、代表者印を押印すること。また、消費税については10%で計算すること。

10 プロポーザルに関する質問の受付及び回答

(1) 質問の受付期間 令和8年7月14日（火）午後5時まで

(2) 質問の提出

当プロポーザルに関する質問は、電子メールで「15 担当者」に記した宛先へ送付すること。
また、送付後は担当者に電話で受理確認を行うこと。

(3) 質問の内容

質問は、原則として、当該委託業務に係る内容や応募手続きに限るものとする。

(4) 質問に対する回答

すべての質問者に対し、すべての回答を一覧にした形で電子メールにて回答する。

11 最優秀提案を選定するための方法・評価基準

(1) 選定方法

プロポーザル（書類審査及びプレゼンテーション審査）

令和8年7月27日（月）正午までに提出された書類に基づき、プレゼンテーションを行う。

※時間等詳細については別途通知

(2) 評価方法

提出のあった企画提案書について、以下の評価項目により個々に評価を行い、各委員の採点の総合計点が最も高い提案をしたものを最優秀受託候補者とする。

受託候補者の決定については、当該提案にかかる各委員の採点の総合計点が出席委員の総配点（満点）の60%以上とする。この基準は提案者が一者となった場合も同様とする。

各委員の採点の総合計点が同点の提案があった場合は、出席委員の採決により決定するものとする。

【評価基準表】(70点満点)

評価項目	評価項目(詳細)	評価内容	配点
戦略性	中長期戦略、ロードマップの妥当性	<ul style="list-style-type: none"> ・5の(1)アに基づき、4ヵ年を見据えた戦略的な施策および論理的な KGI/KPI が提示されているか。 ・【企画提案段階】として提示された、詳細なターゲット像(行動特性・旅行ニーズ)の明確化や、長期滞在の阻害要因の抽出、および競合との差別化要因の明確化など、中長期のプロモーションを論理的に組み立てる戦略策定プロセスが網羅されているか。 	10点
企画性	統合型マーケティングコミュニケーション・実売導線	<ul style="list-style-type: none"> ・ターゲット層に対し興味・関心を引く総合的かつ効果的な内容か。 ・旅札帳を用いた旅行商品造成や宿泊連携の仕組み、ポスターや動画の連動、広告・SNSから主要 OTA 特設ページ等へのダイレクト誘導・導線設計が、ターゲットの確実な宿泊予約に繋がっているか。 ・ターゲット層へ「長期滞在(連泊)」の魅力を情緒的・効果的に訴求し、主要 OTA 等での連泊インセンティブと連動した実売導線が確保されているか。 	10点
	伊勢志摩・周辺地域及び「いせしませんぐう旅」の認知拡大	<ul style="list-style-type: none"> ・伊勢志摩・周辺地域や「いせしませんぐう旅」の認知拡大・交通広告等の活用に寄与する企画となっているか。 	10点
	本事業のコンセプト	<ul style="list-style-type: none"> ・内容全体が式年遷宮をテーマとしてつながりをもったものか。本事業のコンセプトやステートメントを踏まえたものか。 	5点
	宿泊客数の増加と地域内周遊促進	<ul style="list-style-type: none"> ・伊勢志摩・周辺地域の宿泊客数の増加(滞在日数の増加)と地域内周遊促進に寄与する企画となっているか。 	10点
	調査の妥当性	<ul style="list-style-type: none"> ・デジタル認知度調査の設計(設問・サンプル数・分析手法等)が客観的かつ適切か。 	5点

実施体制	実施・連携体制、類似業務実績	<ul style="list-style-type: none"> ・本事業を受託するにあたっての社内体制や連絡体制は十分か。 ・過去に類似する事業の実績があり、十分な知識と経験を有しているか。 	5点
計画性	スケジュール、実現可能性	<ul style="list-style-type: none"> ・全体スケジュールは具体的か。実現可能な提案か。 	5点
経済合理性・独自提案	費用対効果、タイアップ施策および広告収入確保の評価	<ul style="list-style-type: none"> ・提案した KPI の達成に向け、予算配分および積算根拠が妥当、かつ費用対効果が高いか。 ・自社ネットワークや他クライアントとの連携、予算外施策等の「独自提案」が相乗効果をもたらす魅力的な内容か。 ・本事業の中長期的な自走・持続可能性を見据え、民間資金や広告収入の確保等に向けた自主財源獲得のための具体的かつ実現性の高い仕組みが提示されているか。 	10点

1.2 委託契約締結

最優秀提案者と契約条件及び業務仕様書の内容を協議し、委託契約を締結する。なお、契約は見積書の提出により行う。

1.3 業務実施上の条件

- (1) 委託業務の実施にあたって、契約書及び仕様書に定めのない事項や細部の業務については、当機構と協議のうえ実施するものとする。
- (2) 委託期間において、当機構と必要に応じて月1回程度の打合せを行う。
- (3) 委託業務の全部、又は一部を第三者に委託し、又は請け負わせてはならない。
ただし、あらかじめ当機構の承諾を得た場合は、この限りではない。
- (4) 委託業務に関して知り得た情報をみだりに他に漏らし、又は委託業務以外の目的に使用してはならない。
- (5) 委託業務を通じて取得した個人情報については、当機構の保有する個人情報として「公益社団法人伊勢志摩観光コンベンション機構情報公開規程」で準用する「一般社団法人及び一般財団法人に関する法律（平成18年法律第48号）、公益社団法人及び公益財団法人の認定等に関する法律（平成18年法律第49号）及び定款の適用を受けるものとする。

- (6) 受託者は、委託業務の履行にあたり、自己の責めに帰すべき理由により当機構に損害を与えた時は、その損害の責めを負うものとする。
- (7) 受託者は、委託業務の履行にあたり、受託者の行為が原因で第三者に損害が生じた場合には、その賠償の責めを負うものとする。
- (8) 本業務は中長期的な事業展開を見据えたものであることから、業務期間中における市場環境、観光トレンド、情報発信手法等の変化、または当機構の予算執行状況等の変動に応じ、当機構と受託者は協議のうえ、今年度の業務内容の改善または見直しを柔軟に行うことができるものとする。

1 4 その他

- (1) 提出書類作成等、プロポーザル参加にかかる費用については、全て提案者の負担とする。
- (2) 企画提案書等の作成にあたっては必ず業務経験のある者が参加したうえで、業務責任者が中心となり、責任を持って必ず履行できる内容とすること。
- (3) 提案者の経験やノウハウを最大限活用し、具体的で実効性のある企画提案書を提出すること。
- (4) 提出した企画提案書等に虚偽又は不正の記載があった場合は、失格とする。
- (5) 当機構に提出された書類は返却しない。
- (6) 当機構から提示する各種資料については、本プロポーザル以外に使用することを禁止する。
- (7) 本業務の実施にあたり、過去の受託事業者が制作したプロモーション動画、画像素材、WEB サイト(LP)の構成・デザイン資産等について、当機構が著作権を有するものに限り、契約締結後に受託者へ貸与する。受託者は、これら既存の観光資産を有効に活用・再編集・拡充し、限られた予算内で最も費用対効果の高いプロモーションを展開すること。なお、貸与されたデータについては、本業務以外の目的に使用することを固く禁じる。
- (8) 本事業は令和 11 年度までの 4 カ年を見据えた中長期的な事業展開を想定しているが、令和 9 年度以降(次年度以降)の事業の継続、契約締結および予算額等については、確定したものではなく、当機構の予算執行状況や当該年度の本業務における事業成果・履行実績(選定委員等による実績評価を含む)を勘案し、受託者と別途協議のうえ判断するものとする。選定委員等による業務実績の評価結果や予算の状況等によっては、次年度以降の契約を継続しない場合がある。

1 5 担当者

三重県伊勢市二見町茶屋 4 2 0 番地 1 伊勢市二見総合支所 3 階
公益社団法人伊勢志摩観光コンベンション機構 下村・奥村
電話 0 5 9 6 - 4 4 - 0 8 0 0 FAX 0 5 9 6 - 4 2 - 2 9 2 9
メール shimomura.h@iseshima-kanko.jp
okumura.k@iseshima-kanko.jp