

令和6年度「新・長岡京市観光戦略プラン」推進業務 仕様書

1. 業務の名称

「新・長岡京市観光戦略プラン」推進業務

2. 業務の目的

令和6年度は、「新・長岡京市観光戦略プラン(以下「観光戦略プラン」という。)」の後期の初年度を迎える。プレイヤーの育成・支援を通してコロナ収束後の新たな市場環境に対応した観光商品組成や、プロモーション等を展開するとともに、計画推進を通じて新たに把握された課題や、社会経済環境の激変に伴う課題等を整理、分析し、後期に向けた観光戦略プランの具体化を行うものである。

また、「環境づくり」や「インバウンド」に関する4つのアクションプログラムを本格的に展開し、プロモーション施策の検討、インバウンド受け入れ体制の推進など、プランの目標とする観光消費額の向上と旅やおでかけの目的地化を支援し、本市の観光振興に資することを目的とする。

3. 受託者の責務

受託者は、市担当職員と密接な調整を図り、本仕様書に定めのない事項であった場合でも、本業務を行うにあたり想定される事項にも対応し、この目的を達成するために業務を遂行することとする。

4. 業務の内容

受託者は、契約締結後すみやかに具体的な業務実施計画(スケジュール、実施体制の記載を含む)を作成し、市に提出すること。また、本業務終了時には、成果のとりまとめを行い、進捗を踏まえた次年度以降の観光振興のプランニング案を提示すること。

(1) 観光誘客に向けた観光コンテンツ造成

インバウンド需要を本格的に取り込んでいくため、食や体験プログラム等、プレイヤーの提供する各種サービスを観光コンテンツ(観光商品)として造成と磨き上げの支援を行う。また、観光コンテンツ造成を通じて、市内観光関連事業者(飲食・寺社・交通・宿泊・農業など)の産業集積・連関群として育成支援する。また、造成したコンテンツを観光商品として組成し、販売元とマッチングする等、自立可能なスキームの構築に向けて取り組む。

(2) 地域ブランドイメージ確立に向けたプロモーション

観光戦略プランにターゲットとして定める沿線住民・国内旅行者・外国人旅行者に対して、(1)の観光コンテンツや本市を含む広域エリアのブランドイメージ等について、Web や SNS 等を通じて国内外へと PR する等、適したメディアへとプロモーションを展開する他、旅行市場の流通に乗せるための商談や個人向け SNS 等での発信を支援する。

(3) 観光資源・観光商品のブラッシュアップに向けた関連分野や隣接自治体等との連携検討

市内観光資源や観光商品の魅力向上、ブランドイメージの形成に向け、文化財行政等関連分野との連携や、隣接する自治体の観光コンテンツとの連携施策等を検討する。

(4) (1)の実現を目指した民間事業者・市民団体等の取り組み支援

本格的なインバウンド需要の受け入れの取り組み(国・地域等ターゲット設定や言語や習慣・文化対応等)や、産業集積・連関形成に取り組む民間事業者や市民団体等による取り組みを支援する。支援にあたっては、取り組みが持続性・継続性を担保したものとなるよう助言等を行い、民間事業者や市民団体等による自立運営の実現に向け配慮するものとする。

(5) 観光まちづくり組織(長岡京市観光推進本部及び観光創造部会)の運営支援

1) 長岡京市観光推進本部の運営支援

長岡京市観光推進本部(2回程度を想定)の運営支援を行う。市内プレイヤーが効果的に事業や活動を展開するための、市内資源に対する市場からの評価等の情報提供を図る他、観光戦略プランの進捗に応じた各推進主体の連携検討を支援する。

2) 観光まちづくり組織(長岡京市観光創造部会)の活動支援

(1)の観光コンテンツ造成を担う市内プレイヤー同士の円滑な連携を支援する。また、観光資源や観光コンテンツの特性に合った関係人口の増加に向けた取り組みを推進する。

5. 打ち合わせ協議

打ち合わせ協議は、必要に応じ、適正な業務の遂行を図るため本市監督員と密接に連絡をとり、相互に確認する。

6. 成果品

(1) 業務報告書

業務実施の経過、成果、検証及び今年度の進捗を踏まえた次年度以降のプランニング案をとりまとめたもの。

- ・ 冊子 A4版 5部
- ・ 電子データ形式 CD-RまたはDVD-Rで1枚

7. その他

- ・ その他、市が本業務に必要と認めた一切の業務について、双方で協議の上行う。
- ・ 受注者が暴力団等から不当介入を受けたにも関わらず、長岡京市暴力団等排除措置要綱第11条第1項の規定による届け出及び報告を怠ったことが確認された時は、長岡京市競争入札等参加資格の停止に関する要項に基づき指名停止措置を行うことがある