

各 位

令和8年7月1日

公益社団法人北海道観光機構
会長 唐神 昌子
(公印省略)

「令和8年度 アドベンチャートラベル推進事業
海外旅行博を活用したプロモーション事業」の委託に係る企画提案の募集について

拝啓 時下ますますご清栄のこととお慶び申し上げます。
平素は格別のお引き立てを賜り、誠にありがとうございます。
当機構では、標記事業に係る業務受託者選定のための企画提案を下記の通り募集いたします。

敬具

記

1. 事業名
令和8年度 アドベンチャートラベル推進事業
海外旅行博を活用したプロモーション事業
2. 業務委託期間
契約締結日～令和9年3月15日(月)
3. 今後のスケジュール(予定)

| | | |
|----------|-------------------|----------|
| 7月1日(水) | 公示 | |
| 7月10日(金) | 企画提案の参加表明期限 | 12:00 締切 |
| 7月21日(火) | 企画提案書の提出期限 | 12:00 締切 |
| 7月下旬 | 審査会(ヒアリング審査)の実施 | (予定) |
| 7月下旬 | 委託事業者決定、契約締結、業務開始 | |
4. 委託事業費(上限)
11,000,000円(消費税及び地方消費税相当額を含む)
5. 事業説明会について
本事業に関する事業説明会は開催いたしません。事業内容に関する質問は7月10日(金)12時までメールにて受付けます。参加表明事業者に共通した企画提案に必要な質問及び回答内容は当機構で取りまとめ、全ての参加表明事業者へ一斉メールでお知らせします。

【問合せ先】

(公社)北海道観光機構 事業本部 観光ブランド推進部

担当 : 立松・杉山

Email : m_tatematsu@visithkd.or.jp

Email : go_sugiyama@visithkd.or.jp

以上

令和8年度 アドベンチャートラベル推進事業 海外旅行博を活用したプロモーション事業 企画提案募集要領（指示書）

1. 事業目的

公益社団法人北海道観光機構では、観光を通じた地域経済の活性化を図るため、観光消費額のさらなる拡大を重要な目的として掲げている。その実現には、観光消費単価の高い外国人観光客の誘致が不可欠であり、特に欧米豪市場は今後の成長と高付加価値化が期待される最重点市場の一つである。一方で明瞭な四季がある中で、冬期間の集客が著しく、観光素材が広範囲に点在している北海道においては、季節・地域偏在の問題や一部地域の混雑の課題も顕著化しており、持続可能性に配慮した事業推進が求められている。

本事業では、これまでの海外旅行博出展等のプロモーションにおいては、展示会での接点を継続的なビジネスへ繋げるフォローアップ体制の欠如が課題となっており、単発の出展に留まり確実な商品化や実送客に結びついていない現状があったことを踏まえ、新規直行便就航等の強力なフックを活かした新たなアプローチを展開する。海外の現地旅行事業者や一般消費者等に向けて、アドベンチャートラベル（AT）の要素である自然・文化・アクティビティを組み合わせた旅行商品の造成から、実際の販売・送客までを一気通貫のサイクルとして実施する。これにより、単発の出展を脱却した確実な「実送客」への仕組みづくりを進め、北海道の認知度向上と来道者数の拡大、ひいては観光消費額の増加を図ることを目的とする。

2. 事業実施主体及び事業実施方法

公益社団法人北海道観光機構（以下「観光機構」という。）が主体となり、民間企業等に委託して実施する。

3. 企画提案応募条件等

次のいずれにも該当すること。

- (1) 単体企業等又は複数企業等による連合体（以下「コンソーシアム」という。）とし、以下の要件を全て満たしていること
- (2) 単体企業等又はコンソーシアムの場合は次の構成員であること
（なお、コンソーシアムの場合には、別紙協定書の写しを提出すること）
 - ・ 民間企業
 - ・ 特定非営利活動促進法（平成 10 年法律第 7 号）に基づく特定非営利活動法人
 - ・ その他の法人、又は法人以外の団体等
- (3) コンソーシアムの構成員が単独企業又は他のコンソーシアムの構成員として、この企画提案に参加する者でないこと
- (4) 提案事項を的確に実施し、成果物の品質管理能力を有する者であること
- (5) 観光機構が必要と判断する際に、観光機構において業務打合せを行える人員・業務実施体制を取ることができる者であること
- (6) 地方自治法施行令（昭和 22 年政令第 16 号）第 167 条の 4 の規定により競争入札への参加を排除されているものでないこと
- (7) 北海道の競争入札参加資格者指名停止事務処理要領（平成 4 年 9 月 11 日付局総第 461 号）第 2 第 1 項の規定による指名の停止を受けていないこと。また、指名停止を受けたが、既にその停止の期間を経過していること
- (8) 暴力団員（暴力団員による不当な行為の防止等に関する法律（平成 3 年法律第 7 7 号）第 2 条第 6 号に規定する暴力団員をいう。）又は暴力団関係事業者（暴力団員が実質的に経営を支配する事業者その他同条第 2 号に規定する暴力団又は暴力団員と密接な関係を有する事業者をいう。）に該当しない者であること

4. 契約方法等
公募型プロポーザル方式（価格考慮型）による随意契約
※企画提案内容に加えて価格についても審査基準の要素とする。
5. 委託事業費（上限）
11,000,000円（消費税及び地方消費税相当額を含む）
6. 委託期間及び業務スケジュール
 - (1) 委託期間：契約締結日から令和9年3月15日（月）まで
 - (2) 業務スケジュール

| | |
|----------|---------------------------|
| 7月1日（水） | 公示 |
| 7月10日（金） | 企画提案の参加表明期限 12:00 締切 |
| 7月21日（火） | 企画提案書の提出期限 12:00 締切 |
| 7月下旬 | 審査会（ヒアリング審査）の実施（予定） |
| 7月下旬 | 本見積書の提出、委託事業者決定、契約締結、業務開始 |
| 3月15日（月） | 事業実績報告書の提出期限、委託事業の終了 |
 - (3) 業務完了日
令和9年3月15日（月）までに全ての業務を完了すること（報告書作成業務含む）。
 - (4) 委託費の支払
業務委託内容の確認を受けた後、適法な支払請求書が受理された日から60日以内に支払を受けるものとする。
7. 業務委託内容（企画提案事項）

本事業については、季節偏在の解消を意識した北海道のプロモーション、また、地域偏在・混雑の解消及び高付加価値化を目的とした北海道各地の観光素材の訴求を踏まえ、対象エリア毎に効果的な企画提案を行うこと。

 - (1) 海外バイヤー需要調査および市場性の検証（ATWS 2026 ケベック）
 - ① 開催概要
(ア) 旅行博名：ATWS2026 Québec
(イ) 開催日程：令和8年9月14日（月）～9月17日（木）4日間
(ウ) 開催都市：カナダ ケベック
 - ② 実施目的
海外バイヤーへの需要調査を通じてグローバル市場のリアルなニーズや受入態勢の課題を把握し、冬期に実施する「北米・欧米豪市場向けの実践的な旅行商品造成」へ直結させるための基礎データを収集することを目的とする。単発の出展プロモーションで終わらせず、その後の具体的な商品化・実送客から逆算した実効性の高い調査事業として実施する。
 - ③ 出展料について
(ア) 基本ブース出展料は観光機構が直接支払うため、本業務費には含めない。
(イ) 最大2名分のイベント登録料についても、機構が直接支払う為、本業務費には含めない。
 - ④ 調査対象
本調査におけるヒアリングのメイン対象者は、旅行商品の造成・販売を行う ATWS2026 に参加する「海外バイヤー（ツアーオペレーター、トラベルアドバイザー）」とする。
 - ⑤ 市場別ターゲット
【最優先対象市場】 北米市場（アメリカ、カナダ）
【サブ対象市場】 欧米豪市場、アジア市場など、世界各国・地域

⑥ 調査・ヒアリングのメイン対象者および属性別集計

(ア) バイヤーデータの最優先集計

本調査のメイン対象者は、旅行商品の造成・販売を行う「海外バイヤー（ツアーオペレーター、トラベルアドバイザー）」とする。彼らから得た対話・回答を「最優先データ」として取り扱うこと。あわせて、最優先対象市場（北米市場：アメリカ、カナダ）およびサブ対象市場（欧米豪市場等）の動向やニーズについて、国ごとに明確に切り分け、比較・把握がしやすいよう分かりやすく集計・分析すること。

(イ) 「メディア」および「その他参加者」へのヒアリングも広く許容するが、分析の際は「バイヤー」「メディア」「その他参加者」と属性ごとに明確に切り分け、混同しないよう属性別で集計・分析を行うこと。

⑦ 調査・ヒアリングの実施方法

単なる回答数の集計を目的としたアンケート調査ではなく、現地における来場者等との対話を通じて、旅行ニーズや行動傾向、北海道旅行に対する意見・要望等を把握することを重視すること。調査の実施にあたっては、イベント会場等における来場者とのコミュニケーションの機会を積極的に活用し、選択式回答による定量的な情報に加え、対話の中で得られる意見や感想、旅行時の課題や障壁等の定性的な情報についても収集・整理すること。

(ア) マーケットプレイスでのヒアリング

商談に向けた事前アポイントの調整を適切に行い、個別の対面商談の場を活かして、バイヤーが抱える商品造成への具体的な懸念点や北海道に対する率直な評価を深く掘り下げてヒアリングすること。

(イ) ネットワーキングスペースでのヒアリング

公式の商談枠以外でのカジュアルな交流・イベント等の場を活用し、会話の中から出てくるリアルな市場動向やバイヤーの潜在的なニーズ・本音を拾い上げること。

(ウ) その他

効率的な集計のためにオンラインでの回答収集手法を併用することは可とするが、商談中や会話の中で出た重要な発言をメモや記録として確実に集約できるような調査フローに設計すること。

⑧ 調査内容（アンケート・ヒアリング項目）

本事業の実施目的に即し、今期ユナイテッド航空直行便が就航する北米等の市場ニーズを的確に捉え、冬期に実施する「旅行博での販売」へ直接的に還元・活用できる具体的な調査設計および項目を提案すること。なお、最終的な調査項目の決定にあたっては、以下の点に留意し、機構と協議の上で決定すること。

(ア) 収集するデータが、冬期に実施する「北米・欧米豪市場向けの実践的な旅行商品旅行商品の販売・成約」へ直結するための調査設計とすること。

(イ) 北海道 AT 商品の造成や販売における具体的な課題を明確に抽出し、今後の実効性のある解決策の提言に結びつけられる項目とすること。

⑨ 調査・分析人員の要件

(ア) 現地調査・商談員（最大2名まで）

現地に配置する人員は最大2名までとし、現地会場にマーケットプレイス等、海外バイヤーと英語で商談可能かつ北海道の AT の魅力や強みを確実にアピール・説明できる人物を起用すること。

(イ) 分析担当者：

観光分野における統計やデータ分析に従事した実績・知見があり、かつ AT に関する知識のある者を起用すること。

⑩ 事前準備および商談用営業ツールの作成

現地での商談（マーケットプレイス等）の場において、北海道のコンテンツに関心を示した海外バイヤーに対し、その場で即座に具体的な受入体制の情報を提示・提供できるよう、渡航前に以下の準備および営業ツールの整備を行うこと。

（ア）北海道 AT サプライヤーリストの構築

海外バイヤーからの「具体的な現地の受入窓口や、直接取引できる事業者を教えてほしい」という強い要望に即応するため、道内の信頼できる DMC、ツアーオペレーター、AT ガイド等の情報を網羅した「北海道 AT サプライヤーリスト（英文）」を事前に集約・作成すること。

（イ）商談およびフォローアップ用資料の作成

マーケットプレイスの現場においてバイヤーへ説明を行う際の補助資料として使用するとともに、商談後に詳細な情報提供を希望したバイヤーに対し、フォローアップするための英文資料を事前に作成すること。

（ウ）配布資料の集約および現地への発送・管理：

上記（ア）、（イ）の資料に加え、機構が提供する英語パンフレットやマップ、ノベルティ等の各種配布物を事前に集約し、現地会場への発送、および会期中のブース・商談テーブルでの適切な配架・配布に関わる一切の作業を行うこと。

⑪ 運営における注意事項及び直行便就航 PR（ブースの見せ方）

（ア）ブース装飾による就航 PR：

今期エアカナダとユナイテッド航空の直行便が就航する事実を、ATWS の来場者へ印象付けるブースのビジュアル・見せ方を企画提案し、反映させること。

（イ）環境への配慮（ギブアウェイ等）：

回答者へのギブアウェイ（ノベルティ等）を用意する場合は、ATTA のサステナビリティに対する考え方に配慮した品物・素材とすること。

⑫ 調査報告書の作成・納品

（ア）報告書の仕様： A4 版縦型、カラー、PDF データ形式にて作成すること。

（イ）記載内容：

- ・ 本調査（ATWS 2026 ケベック大会でのヒアリング及びアンケート）を通じて得られた集計データ、および国ごと・属性別の詳細な分析結果。
- ・ 調査結果を踏まえた、今後の北海道における AT（アドベンチャー旅行）商品の販売力強化に関する具体的な提言。

（ウ）納品期限： 令和 8 年 12 月 25 日（金）

（エ）作成上の留意事項：

現在進行中の商談や交渉に影響を及ぼさないよう、ヒアリングやアンケートに回答した個別の旅行会社名（バイヤー名）はすべて伏せ、匿名化した上で報告書を作成すること。

（2）北米市場向け AT 旅行商品の造成および磨き上げ

① 実施目的

ATWS2026 での需要調査で得たバイヤーの生の声や市場ニーズを即座に反映し、既存 AT 商品の磨き上げ、または AT 新規商品の造成を行う。これにより、実践的な北海道の旅行商品を準備し、2 月末に実施する「Bay Area Travel & Adventure Show」において実際に販売に結びつけることを目的とする。

② 造成期間

（ア）造成期間：

ATWS 終了後から、米国での旅行博が開始されるまでの期間とする。

（イ）対象商品：

造成または磨き上げを行う旅行商品は、次年度のグリーン期（春夏秋）向けの商品を

推奨とするが、現地の需要調査により他のシーズンに対する強い需要が確認された場合は、これに限定せず、最も販売効果が高いと見込まれる季節の商品を設定すること。

③ 実施内容

(ア) 商品の造成・磨き上げ：2商品以上

旅行博での販売・成約に最も効果的と判断される商品を、既存商品のブラッシュアップまたは新規商品を造成すること。なお、ツアーの日数については特に制限を設けず、需要調査の結果を踏まえ、売りやすさや現地ニーズに合致した最適な内容・日数の商品を選定すること。

(イ) 販売方法の選定と受入体制の調整：

商品を旅行博で確実に販売するため、募集型旅行（事前に仕入れ（在庫）を確保して売り出す形式）あるいは問い合わせ対応（リクエストベース）で受け付ける形式など、より効果的かつ現実的な販売手法を提案すること。あわせて、道内のATガイド、宿泊事業者、DMC等と調整し、予約・販売が円滑に回る受入体制を整えておくこと。

(3) 米国内における旅行商品の販売・成約を目的とした旅行博への出展（BtoC）

① 実施目的

今期ユナイテッド航空との直行便が就航する米国西海岸において、BtoCへの直接訴求による需要創出と、BtoBの送客パートナー開拓のハイブリッド効果を狙い、造成した旅行商品を実際の予約・販売（実送客）へ一気に結びつける。この就航の好機を最大限に活かし、ATWSの調査に基づき造成・磨き上げた北海道の旅行商品を実際にプロモーションすることで、現地での成約・予約（実送客）へ直結させる。

② 開催概要：

(ア) 旅行博名：Bay Area Travel Show

(イ) 開催日程：令和9年2月27日（土）～28日（日）

(ウ) 開催都市：米国・サンフランシスコ／ベイエリア

(エ) 場所：サンタクララ・コンベンションセンター（米国・サンフランシスコ／ベイエリア）

③ 出展にかかる経費について：

(ア) 基本ブース出展料は観光機構が直接支払うため、本業務費には含めない。

(イ) 2名分のイベント登録料についても、機構が直接支払う為、本業務費には含めない。

④ ブース設営及び撤収について

(ア) ブース規模：1小間（W3,000×D3,000mm）を予定。

(イ) 設営・撤収：ブースの設営、装飾、および撤収に係る一切の作業を実施すること。

(ウ) ブース造作、装飾の詳細及び追加で必要な備品等にかかる経費を本事業に含み、来場者へATの要素を含む北海道観光の魅力を最大限訴求できる企画提案とすること。

⑤ 旅行博での販売実施

(ア) 販売窓口の設置

ブース内に旅行商品の相談および販売受付窓口を設置し、来場した一般消費者からその場での具体的な旅行申し込みや予約受付を行うこと。

(イ) 販売について

ブース内での手続きは仮申し込みや予約意思の確認とし、最終的な旅行契約手続き（決済手続き等）は、帰国後、受託事業者、または商品を造成した道内旅行会社（DMC等）と消費者との間で直接取り交わす形式とすること。

(ウ) 集客施策の実施：

北海道ブースへの来場者を最大化させ、効率的にブース内へ誘引するための集客施策を具体的に提案すること。

⑥ 運営体制及び現地対応：

(ア) 人員配置：

運営スタッフは、北海道観光の知見を有し観光情報に精通した人員を1ブースにつき1名以上、通訳可能な者を1名以上配置し、2名以上の体制を維持すること。

⑦ その他：

(ア) 記録データの提出：

イベント時に撮影した画像および動画（機構が著作権を所有・利用するものとする）を、イベント終了後の報告書とともに提出すること。

(イ) 配布物の発送・管理：

機構が提供する英語パンフレット、マップ、各種ノベルティ等の集約、現地会場への発送、ブースでの配架・配布等一切の作業を行うこと。なお、共同出展者が使用する資料等の現地への配送費については、受託事業者が共同出展者へ別途実費請求すること。

(4) 米国（西海岸）での事業者対象の観光セミナー開催（B to B）

今期 UA（ユナイテッド航空）との直行便が就航する米国西海岸の巨大市場（サンフランシスコ等）をはじめとする北米市場において、訪日旅行を取り扱う現地の旅行会社、航空会社、メディア等の観光事業者等を招聘し、北海道のプロモーション及び具体的な商品造成に結びつけるための取組を行う。

① 開催概要

(ア) 開催時期：

Bay Area Travel Show の開催直前、または直後の期間において、行程上最も効率的かつ効果的な時期に実施すること。

(イ) 開催都市： 米国（西海岸）

(ウ) 招聘対象： 現地の旅行会社、メディア、航空会社等から幅広く招聘すること
(20社20名以上)

② 企画・運営に係る特記事項

(ア) 計画の策定： 最終的な開催地、開催時期、および具体的な実施内容の決定にあたっては、採択後、機構と十分に協議を重ねた上で決定すること。

(イ) バイヤーへのアプローチ：

参加者の招聘にあたっては、ATWS に参加予定の北米バイヤーに対しても幅広く招聘の働きかけを行うこと。ただし、これに限定するものではなく、本事業の目的に合致し、北海道への送客・成約が見込める有力な事業者等へ広くアプローチを行うこと。なお、最終的な招聘者リストは機構と協議の上で決定すること。

(ウ) 効率的な行程：

Bay Area Travel Show の旅行博出展への対応、および UA 直行便就航のタイミング等と密接に連動させ、現地旅行会社等の参加しやすさと、移動に伴う経費・手間の効率化（一連の出張行程内での実施など）を考慮したスケジュールを組むこと。

(エ) 効果的な提案：

開催日時（時間帯）、会場選定、食事（ランチまたはディナー）の提供内容、参加者構成など、最も誘客・セールス効果が高いと思われる内容を具体的に企画提案すること。

(オ) 配布物の管理・発送：

機構が提供するパンフレット、マップ、ノベルティ等の各種配布物の集約、現地会場への発送、および当日会場での配布に関わる一切の作業を行うこと。

(カ) 運営人員の配置：

当日の司会者およびプレゼンターは、北海道の観光（AT 含む）に深い知見を有し、開催地の言語（英語等）で質の高いコミュニケーションが可能な人員を選定すること。

(キ) 資料の作成：

セミナーで使用するプレゼンテーション資料は、開催地の言語にて作成し、本事業のテ

- ーマ・ストーリーを的確に反映させた内容とすること。
- (ク) スタッフの配置：
現地での円滑な運営および機構との連絡調整のため、日本語との通訳（対応）が可能なスタッフを現地に1名以上アサインすること。
- (ケ) セミナーの内容：
プレゼンテーションや情報提供の具体的なプログラム構成については、単なる一般的な観光プロモーションにとどまらず、今後の国際的なATの推進を見据え、ATTA (Adventure Travel Trade Association) とのネットワークや関係性構築・強化に寄与する要素（ATTA基準の価値観の反映や連携施策など）を盛り込んだ効果的な内容を企画提案すること。
なお、最終的なセミナーの詳細なプログラムや構成については、採択後、機構と十分に協議を重ねた上で決定すること。
- (5) その他自由提案
(1)～(4)の事業をより効果的に実施するための施策や、その他効果的と思われる企画を委託上限額の範囲内で提案することも可とする。
- (6) 事業目標（KPI）
- ① 海外バイヤー需要調査における成果指標（ATWS 2026）
サンプルの回収実績：合計50件以上
※最優先対象市場（アメリカ、カナダ）からのサンプル回収を必須とし、サブ対象市場（欧米豪、アジア等）については各市場の参加状況に応じてバランスよく回収すること。
- ② 需要調査結果に基づく分析・成果指標
報告書の提出：調査結果および今後の北海道におけるAT商品の販売力強化に関する具体的な提言をまとめた調査報告書（A4版縦型・カラー・PDFデータ形式）を、令和8年12月25日（金）の期限までに納品すること。
- ③ 旅行商品の造成・磨き上げ指標
商品造成数：AT旅行商品を2商品以上
需要調査から得た市場ニーズを反映し、米国旅行博での販売に直結する北海道のAT旅行商品を2商品以上、新規に造成または既存商品の磨き上げを行うこと。
- ④ 旅行博出展（BtoC）における販売・集客指標
旅行商品の予約・販売の実施：2商品以上
ブース内に旅行商品の相談・販売受付窓口を設置し、来場者からの具体的な申し込みや予約の獲得に努めること。なお、実際の販売・成約までを確約するものではないが、予約に繋がらなかった場合は、「何が壁となったのか（価格、日程、内容などの理由）」を現地ですっきりと聞き取り、次年度の戦略に生かすための課題分析を行うこと。
- ⑤ 現地観光セミナー（BtoB）における参加・誘客指標
参加者の参加実績：20社20名以上
米国（西海岸）の会場において、現地の旅行会社、航空会社、メディア等の参加者を20社20名以上集めてセミナーを開催すること。
- (7) 事業報告と権利関係の整理について
- ① 事業完了報告
- (ア) 事業の実施内容、成果、効果測定、数的分析等を盛り込み、分かりやすい年間報告書を作成すること。
- (イ) 令和8年度の事業実施を通して把握できた事実に基づき、委託事業者としての所感および令和9年度以降に向けた取組提案等を含めること。
- (ウ) 日本語でA4版、両面印刷で100ページ程度にまとめ、事前に校正業務を進めた上で期日

迄に完成したものを提出すること。

- (エ) 報告書は、イベント写真や個人情報等を含む全体報告書と、個人情報等を除いた公開用報告書の2種類を作成すること。全体報告書は印刷物3部及びデータ、公開用報告書は印刷物2部及びデータを提出すること。事業にて制作、撮影したものは成果品として提出すること。

② 情報提供

令和9年度以降も営業活動や情報発信を継続する必要性の高い現地旅行会社やメディア等をリストアップし、情報提供すること。

③ 権利関係の整理

- (ア) 作成したニュースリリースは、観光機構の他事業で二次利用できるよう権利関係を整理すること。

- (イ) 当事業で収集した画像等、観光機構の他事業で二次利用できるものを整理すること。

- ④ 制作した映像、セミナー等で作成したプレゼン資料、著作権は観光機構所有とすること。

- ⑤ USBメモリ1部とDVD-R1枚(上記①～④を格納)を事業完了報告とともに提出すること。

- (8) (1)～(7)共通の注意事項

事業実施内容は観光機構と協議の上で決定すること。

- (9) 地域及び事業者への協力依頼

可能な限り地域の関係者や事業者の協力(プレスリリースによる無料パブリシティ等)を得ることにより、委託事業費と同額程度の現物協賛の獲得に努めること。

- (10) 上記(1)～(6)の業務遂行にかかる計画の策定

- (11) 上記(1)～(6)の業務にかかる進行管理

8. 参加表明

企画提案を提出する意思がある場合は、期日までに、会社名(コンソーシアムの場合は、代表者及び構成員)、代表者名、担当者部署及び役職、氏名、連絡先(電話、メールアドレス)等必要事項をメールにて、参加表明すること。(書式は任意)

表明期限 令和8年7月10日(金) 12:00

表明先 事業本部 観光ブランド推進部 立松

Email: m_tatematsu@visithkd.or.jp

9. 企画提案書の提出

企画提案を行う場合は、次により企画提案書を提出すること。企画提案書作成にあたっては、企画提案事項及びその提案の考え方のほか、下記の項目について企画提案書に記載すること。

- (1) 企画提案事項の総括表

各提案事項をA4版サイズ1枚に簡潔にまとめたものとする。

- (2) これまでの事業実績

観光機構事業の実績を含め、会社等の業務内容の他、B to BやB to Cプロモーションの実績について、過去2年分を記載すること。

- (3) 業務実施体制

当該業務実施体制について、業務担当者をはじめとする企画提案者の体制等を明記し、具体的に記載すること。なお企画提案者の業務担当者名については、提出する企画提案書の2部のみに記載し、残りについては「A」「B」などといった表現を用いて記載すること。

(4) 業務スケジュール

委託業務開始から終了までのスケジュールを具体的に記載すること。

(5) 見積書

各事業・項目の明細を記載し、小計もあわせて明記すること。協力会社の再委託並びにコンソーシアムでの参加の場合は、各社の担当業務範囲（責任分界点）、再委託金額を明記すること。

※観光機構スタッフの旅費は積算に含まない

10. 企画提案書作成上の留意点

- (1) 様式はA4版、両面印刷で50～75ページ程度とする。但し、全体的なイメージを伝える上で、必要に応じてA3版を折り込むことは可とする。
- (2) 企画提案は1社1提案とする。
- (3) 企画提案書の作成及び提出に係る費用は、提出者の負担とする。
- (4) 提出された企画提案書は返却しない。
- (5) 提出した記名ありの企画書は、データでも提出すること。

11. 企画提案書の提出

- (1) 提出部数 5部（会社名、業務従事者氏名を記載したもの2部、記載しないもの3部）
- (2) 提出場所 札幌市中央区北3条西7丁目1番1 緑苑ビル1階
公益社団法人 北海道観光機構 事業本部 観光ブランド推進部 立松 宛
- (3) 提出期限 令和8年7月21日(火) 12時 **※時間厳守**
- (4) 提出方法 提出場所に持参または郵送（提出期限必着）すること。FAXやメールでの提出は不可。

12. 企画提案の評価基準

企画提案は、次の項目を審査し、総合的に判断する。

(1) 業務遂行能力

北海道観光等の実情に精通し、業務を遂行するにあたっての実施体制が確保され、遂行能力があると判断できるか。

(2) 企画提案の目的適合性

- ・ 指示内容が十分理解されているか。
- ・ 協力体制など人的ネットワークが確保されているか。
- ・ 効果的な事業内容となっているか。

(3) 実現性

事業の組み立てに具体性があり、実現可能な提案になっているか。

(4) 経済合理性

費用対効果が高い提案になっているか。

※北海道観光機構は「北海道赤れんが未来機構」のコンソーシアムの構成員となり、北海道庁旧本庁舎（以下、「赤れんが庁舎」という）の運営・管理業務を受託していることから、当該事業においては、赤れんが庁舎への誘客を目的としたプロモーションはできませんので、提案に含めないよう留意ください。

【例】海外旅行博において、赤れんが庁舎への誘客をPRするキャッチフレーズ、デザイン、装飾など。

13. 企画提案に関するヒアリング

- (1) 提出いただいた企画提案についてヒアリング審査を行います。

- (2) 企画提案を提出する事業者が6社以上の場合は、書面審査を行い、原則上位5社をヒアリングの対象とします。
- (3) ヒアリング日時及び場所は、別途お知らせします。
- (4) ヒアリングに参加できなかった場合は、棄権とみなします。
- (5) ヒアリング時の追加資料の配布については認めません。
- (6) ヒアリング会場に入ることが出来るのは3名までとします。Zoomの場合も同様です。(ハイブリッド形式での参加は不可とする)

14. 業務上の留意事項

- (1) 業務内容の詳細については、企画提案の内容を基本として、観光機構と受託者が協議して決定する。
- (2) 観光機構は受託者に対して、観光機構がこれまで取りまとめた資料等について可能な範囲で提供する。
- (3) 著作権、肖像権等に関して、権利者の許諾が必要な場合は、受託事業者において必要な権利処理を行うこと。
- (4) 作成した北海道観光データ等に関して、観光機構のHPやイベントでの二次使用を認めることとし、見積金額にはその二次使用料、データ納品費を含めること。

15. 再委託について

- (1) 再委託の予定（下記②の業務に限る）がある場合は、再委託先の事業者名、住所、金額、再委託する業務範囲を記載すること。なお、再委託を行う際には、予め当機構の承諾を得る必要があるので留意すること。

※当機構の承諾を要する再委託の範囲は、次の区分における②を言う。

- ①「業務の主たる部分」（業務における総合的企画、業務遂行管理、手法の決定及び技術的判断等）・・・再委託を行うことはできない。
- ②「業務の主たる部分」及び「軽微な業務」を除く業務・・・再委託に際し、当機構の承諾を要する。
- ③「軽微な業務」（コピー、ワープロ、印刷。製本、トレース、資料整理、計算処理、模型製作、翻訳、参考書籍・文献購入、消耗品購入、会場借上等）・・・再委託に際し、当機構の承諾を要さない。

16. その他

- (1) 提出された企画提案書は、参加要請者の選定及びプロポーザルの特定以外には、提出者に無断で使用しない。
- (2) 公正性、透明性、客観性を期するため、企画提案書は公表する場合がある。
- (3) 手続きで使用する言語及び通貨は、日本語及び日本円とする。

以上

別紙

委託契約に関する留意事項

契約書の内容を正しく理解するとともに、特に次の事項をご確認ください。

契約全般について

契約区分

- ・ 委託契約には成果物を求める請負契約と、一定の業務の執行を求める（準）委任契約があります
- ・ （準）委任契約は業務に要した経費に応じて契約額の範囲内で対価が支払われるものであり、減額となる場合もあるので留意願います

再委託

- ・ 再委託は禁止です。ただし、一定の要件を満たす場合、例外的にその一部の業務を再委託することができます（再委託の詳細については下記『再委託について』のとおり）。
- ・ 受託者は、委託業務に係る再委託先の行為について、その全ての責任を負います。
- ・ 再委託が認められた場合、受託者は、契約を遵守するために必要な事項について、本契約書を準用して再委託先と約定するとともに、契約内容や契約上の留意事項について、再委託先への十分な説明と理解を得てください。
- ・ 再委託先は、自己都合による第三者への委託はできません。

報告等の義務

- ・ 業務を行う上で、事情の変更があった場合は、速やかに報告してください。

調査等への対応

- ・ 契約期間中に業務の処理状況に関し、公的書類等の関係書類の提出を求め、また、現地調査を行う場合があります。

指名停止等

- ・ 契約違反や不適切な行為があった場合、その内容によって一定期間、当機構と契約ができなくなる場合があります、また契約の解除や損害賠償を請求することがあります。

その他（コンソーシアムに係る留意事項）

- ・ 代表者は責任体制・管理体制・実施体制を明示してください。
- ・ 代表者は構成員に対し、当機構との契約内容を十分に周知してください。

再委託について

再委託は禁止です。
ただし、一定の要件を満たす場合、例外的にその一部の業務を再委託することができます。

再委託が認められないもの

以下のどれか一つでも該当した場合は認められません。

- ・ 業務の全部を再委託する場合
- ・ 業務の主要な部分を再委託する場合
- ・ 複数の業務をまとめて委託した場合に、1件以上の業務の全部を再委託する場合

再委託は事前の承諾が必要

やむを得ず再委託が必要な場合は、次の事項を記載した書面を提出して、当機構の承諾を得てください。

- ・ 再委託する相手方の称号または名称及び住所
- ・ 再委託する理由及びその必要性
- ・ 再委託する業務の範囲・内容と契約金額
- ・ 再委託する相手方の管理・履行体制、職員の状況
- ・ 再委託する相手方の過去の履行実績
- ・ その他求められた書類

コンソーシアム協定書

(目的)

第1条 本協定は、コンソーシアムを設立して、公益社団法人北海道観光機構が発注する「令和8年度 アドベンチャートラベル推進事業 海外旅行博を活用したプロモーション事業」(以下「本業務」という。)を効率的に営み、優れた成果を達成することを目的とする。

(名称)

第2条 本協定に基づき設立するコンソーシアムは、「令和8年度 アドベンチャートラベル推進事業 海外旅行博を活用したプロモーション事業」受託コンソーシアム(以下、「本コンソーシアム」という。)と称する。

(構成員の住所及び名称)

第3条 本コンソーシアムの構成員は、次のとおりとする。

- (1) _____
- (2) _____
- (3) _____

(幹事企業及び代表者)

第4条 本コンソーシアムの幹事企業は_____とする。
2 本コンソーシアムの幹事企業を本コンソーシアムの代表者とする。

(代表者の権限)

第5条 本コンソーシアムの代表者は、本業務の執行に関し、本コンソーシアムを代表して発注者と折衝する権限並びに本コンソーシアムの名義をもって委託料の請求、受領及び本コンソーシアムに属する財産を管理する権限を有するものとする。

(構成員の連帯責任)

第6条 本コンソーシアムは、それぞれの分担に係る進捗を図り、本業務の執行に関して連帯して責任を負うものとする。

(分担受託額)

第7条 各構成員の業務の分担は、次のとおりとする。ただし、分担業務の一部につき発注者と契約内容の変更があったときは、それに応じて分担の変更があるものとする。

2 前項に規定する分担受託額については、運営委員会が定め発注者に通知する。発注者との間で契約内容が変更されたときも同様とする。

(運営委員会)

第8条 本コンソーシアムは、構成員全員をもって運営委員会を設け、本業務の運営にあたるものとする。

(業務処理責任者)

第9条 本コンソーシアムはその構成員の中から、本業務の処理に関する業務処理責任者を選出し、本業務に係わる指揮監督権を一任する。

(業務担当責任者及び業務従事者)

令和 年 月 日

公益社団法人北海道観光機構
会 長 唐神 昌子 様

〔申請者〕

住所

氏名

印

再委託（変更）承認申出書

令和 年 月 日付けで契約した業務委託契約に関して、受託した業務の一部を下記のとおり委託（二次委託以降を含み、以下総称して「再委託」といい、委託先を総称して「再委託先」という。）したく承認願います。

上記契約に係る遵守事項を再委託先にも徹底するとともに、再委託先の貴機構に対する一切の行為について、最終責任は当社が負うことといたします。

また、貴機構による再委託先に対する直接の現地監査等の実施要請があった場合には、再委託先にもその義務を負うことを確約し、協力することを誓約いたします。

なお、申出内容に変更が生じた場合は、速やかに申出いたします。

記

1. 契約名称
2. 再委託する業務の内容・範囲（別紙によることも可）
 - (1)
 - (2)
 - (3)
3. 再委託先
 - (1) 商号又は名称
 - (2) 代表者氏名
 - (3) 所在地
 - (4) 電話番号
4. 委託期間
令和 年 月 日から令和 年 月 日
5. 再委託する理由・必要性
6. 再委託する業務の契約予定金額
_____円（消費税込み）
7. 再委託に関する再委託先との契約の有無（該当するものに○を付してください。）
有 ・ 無 （※「無」の場合は、その理由）

※ 委託先が複数になる場合は、上記項目を網羅した別紙により申し出ることも可能です。