

和歌山県温泉地マーケティング戦略立案業務仕様書

この仕様書は、和歌山県（以下「甲」という。）が受託者（以下「乙」という。）に委託して実施する「和歌山県温泉地マーケティング戦略立案業務」を円滑かつ効果的に実施するために必要な事項を定めるものである。

1. 業務名

和歌山県温泉地マーケティング戦略立案業務

2. 業務の背景と目的

和歌山県には、日本最古の温泉と言われる湯の峰温泉、日本三美人の湯として知られる龍神温泉、日本三古湯の一つに数えられる白浜温泉、県内一の源泉数を誇る勝浦温泉など、我が国を代表する極めて多様な温泉地が存在している。

現在、2030年の温泉文化のユネスコ無形文化遺産登録を目指す動きや、南紀熊野ジオパークの世界認定に向けた動きが本格化している。大地の恵みである温泉「地形・地質学的な価値」と、そこで育まれた「歴史・文化的な価値」を、世界へ発信する絶好の機会が到来しつつある。

しかし、和歌山県の温泉地は今、旅行者が「温泉旅行に行こう」と考えた瞬間に、脳内に浮かぶ「第一想起（有名温泉地）」の輪の中に十分に食い込みきれていないという、厳しい現実と直面している。豊富な食、歴史・文化、自然・絶景という「組み合わせるべき強力な武器」を併せ持ちながらも、「温泉自体が目的となる旅行先」としての地位を確立できていないのが最大の核心課題である。

誘客競争が本格化する中、単に「歴史ある温泉地」「泉質が良い温泉地」という供給者側の勘と経験に頼った視点でのマーケティングを繰り返すだけでは、県外の温泉地との明確な差別化は困難である。旅行者が県内の温泉地を訪れるべき「本質的な理由（なぜそこでなければならないのか）」や「滞在を通じて得られる体験価値やライフスタイルの変容」にまで踏み込んだ独自の価値を提案できなければ、これからの時代に選ばれる温泉地にはなり得ない。

さらに、和歌山県の観光行政の構造として、長期的な理念を掲げる和歌山県総合計画と単年度の実務を定める和歌山県観光振興実施行動計画の間をつなぐ「5カ年の中期的戦略」が欠落している。そのため、温泉事業が「どこに繋がるか」不明確なまま走り続けることとなり、結果として、成果の検証や次年度へのサイクルが十分に回らない状態に陥っている。この構造的課題の解決は、和歌山県総合計画が掲げる長期的な将来像を、今後の観光施策において着実に具現化していくためにも、早急に取り組むべき重要なテーマである。

2030年は、本県観光にとって極めて重要な転換期である。逆算すれば、このチャンスを実に捉えるための基礎・土台づくりに着手すべきは「今」を置いて他にない。従来型の勘・経験に頼った戦術では、投資対効果を担保できず、持続的な成果に繋がらない。今求められているのは、総合計画の基本姿勢である「未来起点」に基づき、「急がば回れ」の精神で調査・分析に投資し、EBPMのモデルケースを確立することである。

本業務では、客観的な旅行者インサイトと競合分析を通じた現状把握・分析を行い、そのデータに基づいてターゲット層へ向けた明確なSTP戦略を策定する。さらに、和歌山県の温泉地の立ち位置と提供価値を明確にした上で、次年度以降にそれらを客観的なデータで証明するための、具体的な事業設計までを一体的に実施する。これらを通じて、感覚論を超えたデータで語れる武器を抽出し、2030年の絶好の機会を実に捉えるための「5カ年の中期的戦略」を構築することを目的とする。

3. 予算上限額

5,500,000 円（消費税及び地方消費税を含む）

4. 業務期間

契約締結日から令和 9 年 3 月 19 日（金）まで

5. 業務推進にあたっての基本方針

（1）マーケットインの発想に立脚した EBPM の推進

和歌山県の温泉地が置かれている現状を主観で語るのではなく、マーケットインの発想に立脚した EBPM を取り入れる。客観的な事実やデータを収集・分析し、多角的に検証することを最優先の方針とする。

（2）提案者の独創的かつ効果的なアプローチの尊重（手法の非限定）

本仕様書に記載する調査項目、分析手順、STP 策定プロセス等は、あくまで発注者によるプロセスモデルの例示である。本業務の目的を最も効果的かつ効率的に達成するためのものであれば、提案者（受託候補者）独自の技術、アプローチ、手法、および独創的なアイデアによる代替・追加の提案を広く認め、これを尊重する。和歌山県は提案者に対し、記載された特定の手法への固執や縛りを求めるものではない。

（3）実務に直結するアウトプットの創出

単なる学術的な分析や分厚い報告書の作成に終わらず、次年度以降の具体的な施策や商品造成、およびプロモーション設計の判断基準として、現場が即座に活用できる実務的なアウトプットを構築すること。

6. 業務内容

乙は、本県温泉地が「それ自体が目的となる旅行先」として第一想起の輪へ食い込むための戦略と戦術を構築する。

なお、以下に示す【フェーズ 1】から【フェーズ 2】までの内容は、和歌山県が実施イメージとして例示するものであり、同等以上の効果が期待できる手法であれば、提案者からの独創的な代替プロセスや独自アプローチの提案を妨げるものではない。

【プロセス例：フェーズ 1（現状把握・比較分析・価値整理）】

（1）現状把握（旅行者インサイト）

旅行者が旅行先を決定する際、なぜ県内の各温泉地が選択肢から除外されているのか、あるいはなぜ選ばれるのかについて、行動と心理の両面から定量・定性で調査する。

（2）比較分析（競合温泉地との差別化軸の整理）

県外の温泉地と比較して、本県温泉地が「本当に勝てる」差別化軸を客観的なデータに基づいて整理する。

（3）価値整理（県内温泉資源の棚卸しと優先順位）

本県温泉地の強みと文脈を再整理し、中期的な施策や事業投資の判断基準となる価値の体系化を図る。

【プロセス例：フェーズ 2（STP 戦略立案と事業設計）】

（4）温泉地マーケティングに基づく STP 戦略の立案

温泉旅行市場の細分化（S）、提供価値に合致する標的市場の選定（T）、他県競合温泉地に打ち勝つための独自の提供価値（P）を定義する。

(5) 科学的根拠も含めた事業設計

STP 戦略で定義した本県温泉地の立ち位置と独自の提供価値を実証し、次年度以降にそれらを客観的なデータで証明するための、具体的な事業を設計する。

7. 成果品

提案者は、本業務の成果品として、以下の調書・データを、令和9年3月19日(金)までに提出し、甲の検査を受けなければならない。

なお、以下に示す成果品の内容は、あくまでも提出イメージであり、提案者が提案・実施した独自の調査手法や業務プロセスに応じて、最も効果的な構成・様式へと変更、追加、または統合することを認める。

(1) 成果品一覧

ア. 和歌山県温泉地マーケティング現状把握・比較分析・価値整理調査報告書

旅行者インサイトの結果、競合温泉地との比較分析及び県内温泉資源の棚卸しと優先順位の整理結果を網羅したもの。

イ. 和歌山県温泉地マーケティング戦略立案書

上記調査報告データに基づき、温泉旅行市場の細分化 (S)、提供価値に合致する標的市場の選定 (T)、他県競合温泉地に打ち勝つための独自の提供価値 (P) の戦略定義をまとめたもの。

ウ. 温泉価値実証に向けた実務・事業設計書

次年度以降に本県温泉地の独自の提供価値を実証するための具体的な実施手順等を仕様化したもの。

エ. 実務活用簡易テンプレート・マニュアル (内製化・スキル移行ツール)

現場が、分析結果を日常の施策や商品造成、プロモーション展開等に容易に活用・アップデートできるようにするためのツール及び取扱説明マニュアル。

(2) 提出部数及びメディア

ア. 印刷冊子 (製本) : 各 5 部

イ. 電子データ (CD-R 又は DVD-R) : 3 メディア

- ・報告書・戦略立案書等の本体データ : PDF 形式及び編集可能な Microsoft Office 形式 (Word、Excel、PowerPoint 等)

- ・集計・ローデータ : 数値データ、グラフ等は Microsoft Excel 形式、その他定性データはテキスト形式等 (今後の検証に再利用できる状態であること)

8. その他特記事項

(1) 個人情報の適切な取扱い及びデータ管理

本業務を通じて取得するデータについては関係法令を厳守し、万全のセキュリティ対策を講じること。

(2) 秘密保持

乙は、本業務の履行過程において知り得た秘密を、甲の承諾なく第三者に漏洩し、又は本業務の履行以外の目的に使用してはならない。本業務完了後又は契約解除後においても同様とする。

(3) 著作権等の権利帰属

本業務を通じて作成された成果品の著作権等知的財産権は、甲に帰属する。著作者人格権等譲渡になじまない権利を除き、著作権法 (昭和 45 年法律第 48 号) 第 27 条及び第 28 条に規定する権利を含むすべての権利が甲に帰属するものとする。なお、乙は、著作者人格権について行使しないものとする。また、成果品の一部に第三者が権利を有する著作物を使用する場合は、所有権、著作権、利用権等に関して必要な手続を行い、使用料等の負担及び責任は乙が負うものとする。

(4) 第三者からの権利侵害

成果品に対し、第三者からの権利の主張、損害賠償請求等があった場合は、甲の責に帰すべき事由による場合を除き、乙の責任と負担によりこれを処理、解決するとともに、甲に損害が生じた場合には、その損害を賠償しなければならない。

(5) 瑕疵担保責任及び不良への対応

業務完了後に、乙の責に帰すべき理由により納品された成果品に不良（データの誤り、分析漏れ、その他不備等）があった場合は、乙が速やかに必要な訂正、補足等の措置を行い、その経費は乙の負担とする。

(6) 提供資料等の返還及び廃棄

乙は、本業務の履行にあたり甲から提供又は貸与された資料、情報、及び本業務の過程で取得した電子データ等について、業務完了後、速やかに甲に返還し、又は甲の指示に従い、乙の責任において確実に廃棄若しくは消去しなければならない。

(7) 契約金額の包括範囲

契約金額には、本仕様書に記載された業務内容に係る全ての費用（調査費、分析費、設計費、印刷製本費、旅費、その他一切の雑費等）を含むものとする。

(8) 打合せ記録の作成

本業務を円滑かつ確実に進めるため、甲乙間で行う打合せの都度、乙が速やかに打合せ記録を作成し、甲に提出してその確認を受けるものとする。

(9) 再委託の制限

本業務の全部を一括して第三者に再委託してはならない。一部を再委託する場合は事前に甲の承認を得ること。

(10) 疑義の解決

本仕様書に定めのない事項は、甲と乙が誠実に協議の上、決定するものとする。