

2025 年度 海外旅行博出展事業委託業務仕様書

1. 事業の件名

2025 年度 海外旅行博出展事業委託業務

2. 事業の概要

(1) 事業の目的

訪日旅行者の需要が本格的に回復してきているが、依然ゴールデンルートに需要が集中しており、観光庁の観光立国推進基本計画においては、「地方誘客促進」「持続可能な観光」「消費額拡大」が掲げられている。四国においては、四国遍路に代表される歴史・文化やサイクリング等のアクティビティ、そして瀬戸内海、太平洋、急峻な山々といった自然に恵まれており、インバウンドに訴求するポテンシャルは高いものの、まだそれらを十分に活用することができていない。

ついては、昨年に引き続き、ロンドンで開催される B to B 向け旅行博 WTM(World Travel Market)2025 において、JNTO が設ける Japan ブース内に出席し、イギリス市場を始めとした海外旅行会社へ四国の観光コンテンツ及びモデルコース等を効果的に発信することにより、四国の旅行商品造成を促し、目的地としての四国の認知度を向上させるとともに、今後の四国への一層の誘客促進を図る。

(2) 実施主体

一般社団法人四国ツーリズム創造機構

(3) 対象市場

イギリスを中心とした欧州と米国をメインとする

(4) 誘客対象

日本の地方への旅行を嗜好するモダンラグジュアリー層

(5) 連携先

四国でインバウンドを得意とするランドオペレーター各社

3. 業務内容

(1) 欧州で開催される旅行博への出展

①WTM(World Travel Market)2025

開催時期：2025 年 11 月 4 日(火)～6 日(木)

開催場所：ExCeL London

※なお、出展枠数等の理由で WTM2025 に出席できない場合は、ITB Berlin2026 (3 月予定) に出席することとする。

②内容

- a) 出展の参加申込、商談会の事前マッチング、JNTO が設ける Japan ブース内での当機構ブースの設置・装飾・撤去、運営管理、各種手配及び手続を行なうこと
- b) 四国を周遊するモデルコースや観光コンテンツを中心に訴求する商談を 25 件以上行い、旅行商品の造成を働きかけるとともに、販売を行うこと。
- c) 商談相手は旅行会社とする。OTA と商談する場合は、旅行商品造成機能を持つことを条件とする。メディアは商談（事前マッチング）の対象としない。事前マッチング以外で、当日会場で空き時間等にメディアとの商談を実施した場合でも KPI にはカウントしない。
- d) 事前マッチングにあたっては、事前リサーチをしっかりと行った上で、有益な商談になるような選定に努めること。
- e) 歴史・文化・芸術・自然・食・交通手段をはじめとする四国観光全般、特に四国遍路や四国におけるアドベンチャートラベルについて精通し、四国旅行商品の造成または販売経験の豊富なスタッフを 2 名配置すること。ただし、商談はアドベンチャートラベルに特化するものではなく、商談先のニーズにあった対応をすること。
- f) 商談は事前マッチングだけでなく、公式アプリを活用の上、ネットワーキングを行い、空き時間等でも有望な旅行会社と商談を行うこと。
- g) 日本から出展ブースまでパンフレット等を輸送すること。ただし、映像やデジタル資料を積極的に活用することとし、紙の資料は最低限で差し支えない。
- h) 商談ブースは JNTO が施す基礎施工がなされており、B to B の商談会であることから、必要最小限の施工・装飾で差し支えない。
- i) WTM 終了後に JNTO 主催のイベントが開催される場合には、四国ツーリズム創造機構職員とともに参加すること。その際通訳およびプレゼンテーションが実施される場合は資料作成含め当機構の指示に従うこと。
- j) 受託者の商品のみでなく、四国でのインバウンドを得意とするランドオペレーターの旅行商品・セールスツールを持ち込み、PR すること。ツールの受け渡しや PR 方法等については、直接調整を行うこと。具体的な事業者については、契約後に委託者から指示する。
- k) 商談相手に対して好印象を与えるノベルティを作成し、配布すること。既存のノベルティを活用して差し支えないが、必ず委託者の事前の了解を得ること。
- l) 今後の商品造成や四国ツーリズム創造機構の施策検討に資する回答を得られるよう、四国ツーリズム創造機構の了解を得た内容により、商談相手にアンケートを実施すること。また、回収目標数は商談相手の半数以上とする。
- m) 商談相手の情報（旅行会社名、担当者名、メールアドレス）については、商談相手の承諾を得たうえで委託者に提供すること。情報の活用目的は、委託者が四国の観光情報を発信するメールマガジンを配信するなど、今後の四国への誘客拡大の

ためと説明すること。

(2) 旅行商品造成

- ①商談会終了後、商談を行った相手旅行会社等へフォローアップを行い、対象市場に訴求力が高い旅行商品の造成を働きかけること。
- ②造成件数は5件以上とすること。造成した旅行商品は今年度中、早期に販売を行うこと。(OTA や自社 HP で販売する)

※旅行商品とは以下のような旅行商品を対象とする。

【募集型企画旅行/ オーダーメイドツアー】

- ③旅行商品は基本的には継続的に販売することとし、実施期間終了後の実績についても、委託者からの報告依頼に対し、可能な限り追跡調査の上、報告すること。

(3) 対象経費

- ①出展に係る費用 (JNTO へ支払うブース代、入場バス追加分含む)
ただし、入場バス追加分は委託者と受託者以外の分はこの限りではない。
- ②渡航費用 ※海外旅行保険に係る経費は受託者の負担とする。
- ③商談会事前準備に係る費用 (事前リサーチ及びマッチング、商談ツール作成、タリフ・パンフレット輸送に係る費用等)
- ④出展ブースの設置・装飾・撤去、運営管理、備品購入等に係る費用
WTM 終了後に開催される JNTO 主催のイベント参加に係る費用(通訳、資料作成等)
- ⑤商談会後のフォローアップ (商品造成働きかけ、進捗管理) 費用
- ⑥アンケート実施、取りまとめ、報告書作成費用

4. 留意事項

(1) 企画提案における留意事項

- ①基本コンセプト、業務の進め方、スケジュール、業務の実施体制、円滑な運営に資する施策について明記すること。
- ②留意事項で求めている事項については、必ず企画提案内容に含めること。
- ③再委託の有無を記載すること。(ただし、発注者側の承諾を要するものに限る。)
また、再委託する場合は、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。
- ④経費見積りは、それぞれの項目・単価等を具体的に明らかにした積算内訳とすること。
単価×数量で記載できる項目については、内訳を記載することとし、「一式」表記は基本的に認めない。
- ⑤V A T 等の付加価値税については、還付制度の最新状況を確認し、適切に処理すること。見積書、請求書等において、還付対象となる項目及び税額を明確にしておくこと。
還付請求を行い還付が発生した場合は、委託金額から控除すること。還付請求を行わない場合はその理由を四国ツーリズム創造機構に書面で事前に報告し、了解を得ること。

- ⑥ I T B Berlin2026 への出展になった場合は、今回の公募において決定した委託者と随意契約を締結することを前提とし、詳細については別途協議を行う。

(2) 事業実施における留意事項

- ①実際の業務の実施にあたっては、(一社)四国ツーリズム創造機構の指示に従うこと。
②目標値と成果を(一社)四国ツーリズム創造機構の指示に従い随時報告すること。
③翻訳にあたってはネイティブチェックの体制を明確にし、誤字・脱字や単なる逐語訳ではなく、現地で違和感のない内容とすること。

(3) 個人情報の取扱いについて

個人情報の取扱い及び管理については、GDPR (General Data Protection Regulation) を遵守すること。また、組織として GDPR に対応する体制が整っていること。

(4) 目標と成果指標

・アウトプット

商談件数：25 件以上

商談先旅行商品造成本数：5 件以上

・アウトカム

(予約) 販売件数：10 件以上

(予約) 販売額：500 万円以上（1 商品 50 万円程度を想定）

5. 履行期間

契約日から 2026 年 3 月 6 日（金）まで

6. 成果物

(1) 業務実施報告書

- ①実施報告書（A 4 版カラー冊子）3 部※日本語で作成すること。

実施報告書には商談件数、商談相手、商談内容、その後のフォローアップの状況及び上記 4.(3)目標と成果指標の達成状況を記載すること。

※実施期間終了後、一定期間は報告書記載内容の修正を指示した場合は、対応すること。

②電子媒体 2 部

電子媒体は CD 又は DVD とし、Microsoft Office において編集可能ないずれかのファイル形式及び PDF 形式の両方で保存するものとする。

- ③大容量でない場合、メールでの提出も認める。この場合、①と②の提出は不要。

(2) 成果物の著作権及び所有権

成果物に関する著作権(著作権法(昭和 45 年法律第 48 号)第 21 条から第 28 条までに定める全ての権利を含む。)及び所有権は、(一社)四国ツーリズム創造機構に帰属するものとする。

以上