

令和 8 年度

体験型観光プラン造成・運営、都市アイデンティティ発信、

若者参画による観光プラン造成業務委託

仕様書

## 1 委託名

令和8年度 体験型観光プラン造成・運営、都市アイデンティティ発信、若者参画による観光プラン造成業務委託

## 2 委託期間

契約締結の日から令和9年3月31日（水）まで

## 3 適用範囲

本仕様書は、公益社団法人千葉市観光協会（以下、「委託者」という。）が発注する「令和8年度 体験型観光プラン造成・運営、都市アイデンティティ発信、若者参画による観光プラン造成業務委託」を受注したもの（以下、「受託者」という。）が順守すべき主要な事項を示したものであり、契約書に定めるもののほか、本仕様書に基づき業務を行うものとする。

## 4 業務の指示及び監督

受託者は本業務の実施にあたり、当該契約に基づき委託者と密接な連絡を取り、その指示に従わなければならない。

受託者は本仕様書の解釈に疑義が生じたとき、並びに仕様書に明記されていない事項について判断が必要なときは、委託者と事前に協議し、その指示に従わなければならない。

## 5 業務の目的・千葉市の取組み

### (1) 目的

本業務は、千葉市及び市原市・四街道市（以下、「3市」という。）が有する地域資源を、観光客のニーズに合わせた持続可能な体験型観光プランとし、その造成・運営をすることで、3市の観光素材の魅力と利用満足度の向上、観光事業者の発展・育成および集客交流の増加を図ることを目的とする。さらに、千葉市の都市アイデンティティやそのシンボルとなるスポット及び観光情報を発信するとともに、こども・若者の意見を聴き、市政に反映することを目的とし、実施するものである。

### (2) 千葉市の取組み

千葉市は、首都圏に位置する一方で豊かな自然を併せ持った都市である。市では、その魅力を活かすため、臨海部を「ブルー」、内陸部を「グリーン」と表現したコンセプトのもと、「ブルー&グリーン」集客プロモーション戦略を推進している。

さらに、市としての都市アイデンティティの確立に向けて、地域資源を活用した取組みを都市政策として戦略的に進めていくことをねらいとし、「都市アイデンティティ戦略プラン」を策定している。市固有の歴史やルーツに根差した地域資源として、固有性・独自性などに着目し、「千葉氏」「オオガハス」「加曽利貝塚」「海辺」の4つについて、都市アイデンティティの形成のための活用を推進している。なお、千葉市は令和8年6月1日で千葉開府900年を迎え、長きにわたる千葉の歴史を振り返り、地域資源の魅力を引き継ぎ、豊かな未来につなげていくことを目指し記念事業を実施している。

そして、人口減少による産業の縮小や雇用先の減少など、発生が予想される地域経済の課題を

解決し、持続的な発展を達成するため、3市を含めた周辺自治体において広域的な経済圏での協力・連携を進めるとともに、若者の視点によって市の魅力が再発見されるような体験型観光プランの造成に取り組んでいるところである。

## 6 業務内容

### (1) 体験型観光プランの造成・運営

受託者は、3市の事業者や各団体（以下、「主催者」という。）が主体となった観光素材となり得る地域資源を、次のプラン要件に基づき安全・安心な体験型観光プラン（以下、「プラン」という。）として随時、造成・提供すること。また、企画したプランの実施状況等を正確に把握し、管理・運営を行うこと。

#### ア プラン要件

※新規に造成するもののほか、既に主催者等によって造成されているプランを含む。

- (ア) 歴史・伝統・文化を、体験を通じて楽しく感じられるもの
- (イ) 海・海浜部のレジャーとして魅力的なもの
- (ウ) 内陸部での体験を通じて、市の自然の恵みを体感できるもの
- (エ) 千葉市の都市アイデンティティ（加曽利貝塚、オオガハス、海辺、千葉氏）に関するコンテンツを楽しめるもの
- (オ) 実績のあるイベントに工夫を加え、より魅力的にしているもの
- (カ) 地域ならではの食材を活かした旬の味覚体験が含まれるもの
- (キ) 観光資源を専門的なガイドとともに楽しめるもの
- (ク) 「おもてなし」の工夫があり、参加者に満足感を与えられるもの
- (ケ) 若者の視点によって市の魅力が再発見されるもの

#### イ プランの造成

第1タームを令和8年4月から7月、第2タームを令和8年8月から11月、第3タームを令和8年12月から令和9年3月とし、季節の旬のプランを設定する

(ア) 提案したプランを委託者と協議し、年間46プラン以上を造成するものとし、うち5プラン以上は新たな事業者を主催者とする。ただし、過去5年間（令和3年度以降）に主催実績が無い者は新たな事業者とみなす。プランの企画・造成にあたっては、各プランのメインターゲットを設定するとともに、魅力及び価値を最大限に高められるよう受託者がプラン要件に沿った事業等を行っている主催者候補に、事業の趣旨、手続き等を説明し、理解を得ること。また、千葉市の都市アイデンティティを活用したプランは、各タームにつき1件以上を造成すること。

なお、市原市・四街道市のプラン数については、実施ターム数以上を造成することとし、受託者が各市と協議して決定のうえ、委託者へ報告すること。

(イ) 観光振興に関する更なる広域連携を図るため、受託者は東金市、茂原市、大網白里市の事業者や各団体が主体となった観光素材となり得る地域資源を、プランとして造成・提供すること。

造成するプランは年間3プラン以内とし、前項（ア）に記載する年間の造成プラン

数に含めるものとする。

- (ウ) プランの実施期間については、契約後速やかにプランを造成するものとし、受託期間を通じて実施するなど、タームを跨ぐことを可能とする（同内容のプランについては、タームを跨いで実施した場合においては、本仕様上のプラン数は1とする）。
- (エ) 各プランの実施回数は、原則として4回以上とする（但し、これまで催行実績のない新たなプランを造成する場合など、必要に応じて、委託者と協議のうえプラン実施回数を別に定めることができる）。
- (オ) プラン募集時期の偏りを避けるため、常時6プラン程度の募集を行うこと。
- (カ) プランは、2つ以上の観光素材を組み合わせた異業種連携による造成が望ましい。
- (キ) 過去実施したプランを採用する場合、参加満足度が高く、持続可能なプランになることが期待できるものを選出すること。また実施にあたり、過去のアンケート結果や事業者ヒアリング等をもとに魅力及び価値の最大化に努めること。
- (ク) プラン参加者数2, 200人/年以上、プラン販売金額755万円/年以上を目標とする。プランごとの目標参加者数及び販売金額も設定し、達成度について分析、評価し、委託者と共有すること。
- (ケ) 事業の進捗状況の確認及び新プランの造成等のため、3か月に1回の頻度において、委託者・受託者・千葉市における検討会議を行うこと。

#### ウ 若者参画による観光プラン造成

若者の視点によって市の魅力が再発見されるような体験型観光プランを造成する。

##### (ア) 事前学習

###### a 観光に関するレクチャー

本市の観光施策（「千葉あそび」の運営含む）、一般的な観光トレンド、SNSによる効果的な発信方法等、市内大学若しくは短期大学の学生（以下「学生」とする。15人程度を想定。）に対し、2回程度のレクチャーを行う。（対象者については、千葉市が準備する）

###### b プランへの参加

学生は観光事業への理解を深めるため、プランに参加するものとする。対象プランは受託者が選択し、参加費は受託者が委託料から負担する。

##### (イ) プランの造成・催行

###### a 意見交換

受託者は学生に観光素材及び想定されるプラン主催者を提示したうえで、当該主催者とその観光素材を活用するための意見交換を2回程度行い、1プラン以上の造成を行う。（造成したプランは、「イ プランの造成」（ア）に記載する年間の造成プラン数に含めるものとする。）

###### b プランの掲載・催行

受託者は学生の意見を反映したプランの掲載を行い、参加者を募集し催行する。

###### c 造成プランへの参加・振返り

学生はプランの催行状況を確認するため、造成したプランに参加する。参加費は受託者が委託料から負担する。

また、受託者は催行したプランについて学生と意見交換を行い、今後のプラン造成の参考とする。

## エ プラン情報発信

### <WEBサイトの構築>

以下の情報の紹介ができるWEBサイトを構築し、千葉市観光協会ホームページ (<https://www.chibacity-ta.or.jp/>) とリンクさせること。

#### (ア) 体験型観光プラン

タイトルは、「千葉あそび」で統一する。

プラン内容（日時、場所、概要など）、その他必要な事項を紹介する。

- a WEBサイトの構築にあたってはプラン内容（特に、詳細内容、最新情報申込方法等）をわかりやすく紹介するため、「エリア別（例：ブルーエリア、グリーンエリア、都心エリア）」「ジャンル別（例：体験、宿泊、食事、家族、カップル、ひとり、自然、歴史、文化）」検索等を可能とし、デザインを工夫するなど、レイアウトや作業方法について委託者とあらかじめ協議すること。
- b 市原市・四街道市で催行されるプランの紹介ページにおいては、両市内での周遊を促すことを目的として、両市の観光関係ホームページのリンクを掲載すること。
- c 千葉市の都市アイデンティティに関連するプランの紹介ページにおいては、都市アイデンティティを紹介するホームページへのリンクを掲載すること。

#### (イ) 都市アイデンティティ

- a 千葉市都市アイデンティティ推進課と掲載する記事について協議し決定する。
- b 受託者が必要な資料を収集し、記事の作成を行う。

### <チラシ>

作成するチラシの内容、配布日について委託者と協議すること。チラシの仕様は次に掲げる通りとする。

#### (ア) レイアウト

1案以上提案すること。

#### (イ) 判型・製本

印刷面・色数 4色カラー両面印刷

※サイズ・記載内容等の構成については提案すること。

#### (ウ) 部 数

35,000枚以上/ターム

※委託期間中、3回納品するものとする。

#### (エ) 校 正

3回以上/ターム

#### (オ) 納品期限

※委託者と協議のうえ決定する。

#### (カ) 納品場所

受託者が提案する場所を含み、委託者が指定する310カ所程度

市原市・四街道市の指定する20カ所程度

納品先への配布依頼、連絡等は原則として受託者が実施する。

(キ) 納品方法

一括納品

(ク) その他提出物

以下の電磁的データを、冊子の納品日までにCD-ROM等の電子媒体で提出すること。

- a チラシの最終完成データ（PDF形式及び修正や変更が可能な状態のai形式）
- b 制作にあたり撮影した写真（JPEG形式）

オ プロモーション活動

(ア) SNSなどの活用

受託者は、WEBサイトの更新、登録者へのメール配信、SNS等により千葉あそびプラン情報を発信する。

※メール配信・SNS等の更新は、委託者と調整のうえ実施すること。

(イ) チラシの配架

指定の場所及び受託者提案のあった場所に配架する。

(ウ) 受託者は、市内・近隣を中心とした地域及び都内からプラン申込の促進を図るため、プロモーション手法を提案し、実施すること。

カ プランの催行管理

予約の受付から、プラン実施当日までの流れを調整する。

(ア) 受付方法

受託者が体験型観光プランの受付を行い、予約者の分析結果を委託者及び主催者に報告すること。

<WEB受付>WEB上で全主催者と共有する。受託者が管理する。

<電話受付>必要に応じて受託者が直接電話で受付を行い、主催者と共有する。

(イ) 実施状況の把握

受託者はプラン催行期間中、予約受付状況や催行状況を随時把握し、WEB等で公開すること。

(ウ) 満足度調査の実施

受託者は、プラン参加者への満足度調査（アンケート調査等）を行い、分析を行うこと。

また、分析結果を委託者及び主催者に報告すること。

(エ) 受託者は、各プランの目標人数を設定し、これを達成することができる効果的な方法および実施計画を提案すること。

(オ) 受託者は、プラン催行期間中も予約受付状況やプラン催行状況等について常に把握し、委託者に対し1週間に一度報告を行うこと。

キ 販売手数料等の支払い

受託者は委託者が販売手数料を徴収しないものと決定したプラン（社会・地域への貢献を目的とするもの、公共施設において入館料のみを徴収するもの等）を除き、販売手数料としてプラン参加者から受領した金額の10%を、委託者に支払うこと。また、プラン参加者から受領した金額から販売手数料を差し引いた金額を、プラン主催者の指定口座へ振り込むこと。

なお、振込手数料は受託者が負担することとする。

## (2) 業務の検証・実施報告

受託者は、業務の成果や課題などを検証し、委託業務終了後、業務完了届、事業報告書を委託者に提出すること。(検証する内容は委託者と協議のうえ決定する)

## 7 業務を進めるうえでの留意事項

- (1) 本業務の実施にあたっては、本仕様書のほか関係法令、規則等を順守すること。
- (2) 業務の実施にあたり、事故、苦情その他のトラブル等が発生した場合には、その内容を明示したうえで、速やかに委託者へ報告すること。
- (3) 複数名による体制を構築し、安定的かつ継続的に業務を遂行すること。
- (4) 受託者は、委託者と業務に関する打ち合わせを行った際、議事要旨の作成を行う。
- (5) 委託者が実施する各事業との連携を図ること。連携の方法等については委託者との協議によるものとする。

## 8 委託料の支払い

- (1) 受託者は、6 (2) の報告及び委託者による検査完了の後、委託料の支払いを請求できる。
- (2) 委託者は、この報告があったときは、速やかに業務に係る検査を行い、当該検査により業務の完了を確認する。また、支払請求を受けた日から30日以内に委託料を支払う。

## 9 権利関係

### (1) 本業務における成果物の取り扱い

ア 本業務の実施に係る成果物（WEBサイト、印刷物等）の所有権は全て委託者に帰属する。

イ 成果物が著作権法（昭和45年法律第48条）第2条第1項第1号に規定する著作物（以下「著作物」という。）に該当する場合には、当該著作物にかかる受託者の著作権（著作権法第21条から第28条までに規定する権利）を当該著作物の引き渡し時に委託者に無償で譲渡するものとする。

### (2) 著作権・知的財産権の使用

ア 本業務の実施にあたり、第三者の著作権、特許権、その他権利を使用する場合は、受託者がその使用に関する一切の責任、費用負担を負うものとする。

イ 上記にかかわらず、委託者がその方法を指定した場合はその限りではない。

## 10 個人情報等の保護

- (1) 受託者は、本業務上知り得た個人情報や、第三者に知らせ、又は不当な目的に使用してはならない。
- (2) 受託者は、業務の実施に当たって入手した委託者の著作物を、委託者の承認なしに、本業務以外の目的に使用してはならない。

## 11 受託者および業務従事者の責任

受託者が、業務の実施につき委託者または第三者に及んだ損害（天変地異およびその他受託者の責

に帰することのできない事由によるものを除く)については、受託者がその責を負う。

## 1.2 業務等の引継ぎ

- (1) 本業務の受託者が将来的に変更される場合、受託者は次期委託期間の業務が引き続き円滑に実施されるよう、委託者の指示に従い、委託者又は委託者の指定する者に対して業務の引継ぎを行うものとする。
- (2) 受託者は、委託者が引き継ぐことが相当であると認められる文書、ホームページ、データ等を、作成時の仕様を事前に提示した上で、委託者の指定する者に移管するものとする。
- (3) 受託者は、当該引継ぎに要する費用を負担するものとする。
- (4) 受託者は、委託期間が満了した以後であっても、委託者の求めがあったときは、本項(1)の引継ぎが完了するまでの間、受託者の費用及び責任において、WEBサイトの必要最小限度の維持保全を行うものとする。

## 1.3 その他

- (1) 本仕様書に定めのない事項又は仕様について生じた疑義については、協議して解釈するものとする。
- (2) 提案募集への応募に係る諸経費は採否にかかわらず応募者側の負担とする。
- (3) 業務の実施のために負担する受託者の一切の経費は、委託料に含まれるものとする。
- (4) 業務の実施にあたっては、委託者及び各関係機関等との連絡調整を十分に図ること。
- (5) 事業計画等に、重要な変更が生じる場合には、事前に委託者と協議を行うこと。
- (6) 不測の事態が発生した場合においては、速やかに委託者に報告すること。
- (7) その他、本契約の範囲内において、この仕様書に記載のない事項については関係者において協議し、決定する。