

# 「福岡県内周遊バスツアー『よかバス』のブランド化」業務委託に係る仕様書

## 1 業務名

「福岡県内周遊バスツアー『よかバス』のブランド化」業務

## 2 業務目的等

### (1) 業務目的

二次交通の課題を解消し、県内周遊を促進するため、令和6年度から県内周遊バスツアー『よかバス』を開始。さらに、県内周遊バスツアーを一括して紹介するポータルサイトを開設し、『よかバス』をブランド化すべく、様々な媒体を通じて、プロモーションを行った結果、同年度は890本（前年比115%）のツアー催行と約2万7千人の参加者を得るなど好調に推移した。

令和7年度においても、R7.12月時点で670本（前年比106%）のツアーが催行され、好調を維持しているものの、昨今の物価高騰に伴う燃料費上昇を背景に、貸切バス料金は値上がり傾向にあり、それに伴いツアー料金も値上がり傾向にあることから、旅行会社による旅行商品造成は進まず、R7.12月時点の参加者数も約1万9千人（前年比100%）にとどまるなど、依然として県内各地域への安定的な送客に課題がある状況である。

さらに、利用者属性に目を転じると、「福岡県在住」の参加者が8割を占めており、「県外在住」の方からの認知・利用が不十分であることが明らかとなった。

以上のことから、直行便就航地など主要都市圏（宮城、広島）へのプロモーションを強化し、地域間交流（Local to Local）を促進することで、「県外在住」の方からの『よかバス』の認知・利用を促進し、新規顧客獲得及び旅行会社による商品造成に繋げ、観光消費額の更なる増加を目指すことを目的とする。

### (2) 費用負担

委託料により、委託業務の企画及び実施に要する一切の費用を賄うこと。

### (3) 主なターゲット層

- ① 観光・旅行情報への感度が高い40代～60代（宮城／広島／新潟／関西エリア居住者）
- ② 福岡県内及び佐賀・山口の20代～40代（自家用車保有のファミリー層など）

## 3 委託期間

契約締結の日から令和9年3月31日（水）まで

## 4 業務内容

福岡県内周遊バスツアー『よかバス』のブランド化のために行う以下の業務。

### (1) 主要都市圏（宮城、広島）のローカルタレント等を活用した番組・動画の制作

- ①福岡旅行の情報などを発信するインフルエンサーがおススメするスポットを巡る「よかバス」ツアーの企画・造成（※インフルエンサーは総SNSフォロワー数30万人程度の者を想定）
- ②当該ツアーにインフルエンサーと主要都市圏（宮城、広島）のローカルタレントなど地元で人気のある著名人が参加する様子を撮影した旅番組を制作すること。
- ③制作した番組は、宮城県、広島県で放送すること。（必要に応じて、地元ローカル番組とのタイアップなど、番組と連動したラジオ、SNS、WEBでのコーナー展開も検討すること。）
- ④既存のツアーも含めて上記媒体でその魅力を発信すること。
- ⑤制作した番組を活用し、各種広告媒体に使用できる広報動画（2～3本程度）を制作すること。

- ⑥起用するローカルタレント、タイアップする番組は県と協議のうえ決定すること。
- ⑦（１）⑤において制作する動画はできる限り２次利用可能なものとし、事業終了後も、継続的に福岡県内周遊バスツアー『よかバス』の各種プロモーションに利用できるものであること。

## （２）主要都市圏（宮城、広島）を対象としたキャンペーンの実施

- ①（１）⑤において制作した動画を活用した「誘客促進キャンペーン」を実施すること。
  - ②キャンペーンの告知
    - ア. 航空機・鉄道広告への広告出稿（ネーミングライツ、機内誌広告、各種サイネージなど）
    - イ. WEB 広告（Google、Yahoo!JAPAN）、SNS（Instagram 等）への広告出稿
    - ウ. 新聞、雑誌、交通系アプリ等への広告出稿
    - エ. その他、必要と考える広報媒体を活用したキャンペーンの告知
- ※予算の範囲内でア～エの中から選択し、最も効果的かつ実現可能なキャンペーン実施期間及び組み合わせを提案すること。

## ③キャンペーン実施結果についての分析

- ア. 本キャンペーン実施結果について得られるデータを分析して報告すること。
- イ. 造成した旅行商品の利用者数やキャンペーン利用者など、アンケート調査により定量的に把握できるようにすること。
- ウ. 分析結果と併せて今後のプロモーションに関する展望および改善策の提案を行うこと。

※キャンペーンは、よかバスペアチケットプレゼント（15,000円×2名=30,000円相当）、チャーター便を活用した特別ツアー招待など、主要都市圏（宮城、広島）からの実誘客及び「よかバス」ツアー参加につながる可能性が高い施策を検討すること。

## （３）新潟、関西エリアからの旅行者へのプロモーションによる「公式サイト訪問」促進

- ①旅行・観光関係の TV 番組や各種 CM を活用した情報発信
  - ②WEB 広告（Google、Yahoo!JAPAN）、動画共有サイト（YouTube）、SNS（Instagram 等）による情報発信
  - ③新聞、雑誌、交通系アプリ等への広告出稿
  - ④航空機広告等による情報発信（ネーミングライツ、機内誌広告、各種サイネージなど）
  - ⑤その他、必要と考える広報媒体を活用した情報発信
- ※予算の範囲内で①～⑤の中から選択し、最も効果的かつ実現可能な組み合わせで提案すること。

## （４）福岡県内及び佐賀・山口へのプロモーションによる「公式サイト訪問」促進

- ①旅行・観光関係の TV 番組や各種 CM を活用した情報発信
  - ②WEB 広告（Google、Yahoo!JAPAN）、動画共有サイト（YouTube）、SNS（Instagram 等）による情報発信
  - ③新聞、雑誌、交通系アプリ等への広告出稿
  - ④その他、必要と考える広報媒体を活用した情報発信
  - ⑤モニターツアー実施による商品分析・販売促進
    - モニターツアー企画（若年層向けのターゲット向けの新規性のあるツアー、県が推進する施策と連携したツアーなど話題性・体験価値のあるツアーの企画・PR）
- ※予算の範囲内で①～⑤の中から選択し、最も効果的かつ実現可能な組み合わせで提案すること。

#### (5) ラッピングバスを活用した情報発信

- ・ラッピングバスについて、当該バスを活用した情報発信手法を提案するとともに、その利用促進に向けた施策について提案すること。

#### (6) コーディネーターの任用

- ・本業務に係る助言を行うコーディネーターを任用すること。
- ・コーディネーターは、旅行業に関する知識に加え、各種旅行団体との連携や県内観光地に関する知見等、専門的なノウハウを持つ者とし、県が指定する者を任用すること。
- ・コーディネーターの業務内容及び報酬額については別途県と協議の上、決定する。
- ・受託者はコーディネーターとの連絡及び会議等の日程調整を行うとともに、コーディネーターへの報酬の支払を行うものとする。なお、所得税の源泉徴収は本契約に基づく報酬から行うこと。
- ・コーディネーター任用にかかる経費は、年間 2,000,000 円（税込）以内とする。

#### (7) 独自提案事項（自由提案）

- ・本業務を実施するにあたり、上記以外の事柄で必要、効果的と考える事柄があれば提案すること。

※プロモーションのターゲットエリアの優先順位は、

主要都市圏（宮城、広島） > 新潟 > 関西エリア > 福岡県内及び佐賀・山口

※予算配分の目安は、

主要都市圏（宮城、広島）37,700千円、その他57,395千円

※上記はあくまで目安であり、業務目的達成のために、より有効な配分がある場合は提案すること。

### 5 実績報告

令和9年3月31日（水）までに、事業実績報告書（様式は任意）を提出して検査を受けること。  
事業実績報告書には次の項目を含まなければならない。

- ・委託業務の実施内容
- ・委託業務の成果物
- ・委託業務収支決算（計算）書
- ・委託業務に係る支出の費目別内訳
- ・各種広報による専用サイトへの流入情報
- ・その他、事業実施の説明に必要と考えられる資料
- ・委託業務の実施により生じた成果物を目録化し、事業実績報告書とともに提出すること

### 6. 業務実施に当たっての留意事項

- ・本業務の遂行において必要な取材等に際して、受託者は事前に該当施設や取材対象者の許可を得ることとする。また、取材時に撮影した写真・映像等に映り込んだ施設見学者や施設関係者の画像の掲載許諾についても受託者において行うものとする。
- ・本業務により得られた成果物及びその著作権は肖像権の許諾の範囲内において全て委託者にあるものとする。
- ・本仕様書に記載する事項のほか、業務目的の遂行のために有効な方法がある場合は積極的に提案すること。
- ・本仕様書はプロポーザル用であり、受託候補者とは内容を協議のうえ、契約を締結するものとし、

契約内容等については、協議の中で、企画提案書等の内容から変更・修正する場合がある。

- ・その他、本仕様書に定めのない事項については、委託者と受託者で協議の上、決定するものとする。