

平成29年4月12日

各 位

公益社団法人 北海道観光振興機構  
会 長 堰 八 義 博  
(公印省略)

広域観光周遊ルート二次交通対策事業に係る企画提案の募集について

時下ますますご清祥のこととお慶び申し上げます。平素は北海道への観光客誘致活動に格別のご支援を賜り厚く御礼申し上げます。

さて、当機構では標記事業に係る委託業務について、企画提案を募集することとしました。つきましては、次のとおり企画提案説明会を実施しますので、ご案内申し上げます。

記

- 1 事業名 広域観光周遊ルート二次交通対策事業
- 2 事業目的 広域観光周遊ルート「アジアの宝 悠久の自然美への道 ひ・が・し北海道」への誘客を促進するため、道東・道北の観光地を巡る周遊バスの運行実証実験を行い、道東・道北エリアにおける二次交通の整備充実を図る。
- 3 実施期間 契約締結の日～平成30年3月
- 4 企画提案説明会  
(1) 日 時 平成29年4月14日(金) 13:00～14:00  
(2) 場 所 公益社団法人 北海道観光振興機構 会議室  
(札幌市中央区北3条西7丁目1-1 緑苑ビル1階)

※出席される場合は、別紙回答用紙により平成29年4月13日(木曜) 17:00までにご報告願います。

担当：地域支援事業部  
広域観光周遊ルート支援グループ 福田  
電話：011-231-0941 / F A X : 011-232-5064  
E-mail : k\_fukuda@visithkd.or.jp

# F A X 回 答 用 紙

平成29年4月13日（木） 17：00必着

F A X : 0 1 1 - 2 3 2 - 5 0 6 4

公益社団法人北海道観光振興機構

地域支援事業部 広域観光周遊ルート支援グループ 福田 宛

広域観光周遊ルート二次交通対策事業に係る企画提案説明会に出席します。

会 社 名	
連 絡 先	
役職・氏名	

# 広域観光周遊ルート二次交通対策事業 企画提案応募要領及び企画提案指示書

公益社団法人 北海道観光振興機構

## 1 事業目的

広域観光周遊ルート「アジアの宝 悠久の自然美への道 ひ・が・し北海道」への誘客を促進するため、道東・道北の観光地を巡る周遊バスの運行実証実験を行い、道東・道北エリアにおける二次交通の整備充実の可能性を探る。

## 2 業務実施主体及び事業実施方法

公益社団法人北海道観光振興機構（※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。

## 3 企画提案応募条件等

(1) 道内に本・支店等を有する次の者であること。

ア 民間企業

イ 特定非営利活動促進法（平成10年法律第7号）に基づく非営利法人

ウ その他の法人、又は法人以外の団体等

エ 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77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。

(2) 提案事項を的確に実施する能力を有する者であること。

(3) 観光機構が必要と判断する際に、観光機構に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。

## 4 契約方法

公募型プロポーザル方式による随意契約

## 5 委託期間及び業務スケジュール

委託期間：契約締結の日～平成30年3月31日

業務スケジュール：

4月12日：公示・観光機構ホームページに掲載

4月14日：事業説明会（13時～14時 観光機構会議室にて開催）

4月17日～19日：企画提案参加表明

～5月8日：企画提案の受付・受領

5月10日：企画提案の審査、委託事業者決定

以降：契約締結～事業実施～報告書作成・提出～終了

## 6 委託業務及び見積依頼内容

### (1) 周遊バスの運行

道東・道北地域への宿泊者を対象とする周遊バス（注1）を運行することとし、具体的には以下の条件を満たす提案を行うこと。

#### 【(注1) 周遊バス】

旅行業法に基づき旅行代理店等の主催者が観光バスを借り上げて、募集型企画旅行の形態で旅行参加者を募集するもので、参加者は旅行代理店に旅行代金を支払う。このため、道路運送法に基づき路線バス事業者が運行を行う長距離路線バスとは異なる。

#### ア 運行期間

- ・バス運行期間は、7月～3月までのうち原則150日間とする。
- ・効率的・効果的な運行実証実験のため、乗車率が低い時期における運行日数減、高い乗車率が見込まれる時期における増便についても検討すること。ただし、その場合においても運行回数の総計は1ルートについて150回とする。
- ・なお、今年度は道東エリア内の別ルートにおいても周遊バス運行が行われる予定があることから、両事業の相乗効果を図るため、周遊バス運行期間については契約後において観光機構と受託者との間で調整を図る場合がある。

#### イ 運行ルート

- ・4ルートを設定することとし、各始点・終点は次のとおりとすること。
  - ① 始点：札幌駅周辺 → 終点：層雲峡
  - ② 始点：層雲峡 → 終点：札幌駅周辺
  - ③ 始点：層雲峡 → 終点：知床（ウトロ）
  - ④ 始点：知床（ウトロ）→ 終点：層雲峡
- ・4ルートとも、原則150日間1日1便運行することとする。
- ・各ルートにおいて、ルート上の周辺観光地を周遊する上で、国内客・海外客のバス利用を高める北海道らしい魅力的な観光スポットを組み入れたバス「行程表案」を作成すること。
- ・行程表案作成に当たっては、各種交通接続を考慮した運行時刻を設定すること。また、必要に応じ、季節ごとにルートを別に作成すること。

<行程表案 記載例> ※各観光スポットと滞在時間を記入すること。

	(乗車)	(昼食)	(乗下車)	(下車)						
札幌駅 (ホテル)	=	〇〇園	=	〇〇ガーデン	=	〇〇空港	=	〇〇	=	層雲峡
09:00		00:00		00:00		00:00		00:00		00:00

#### ウ 運行方法

- ・旅行代理店等の主催者が観光バス等をチャーターして運行するものとし、利用者は、道北・道東エリア内宿泊者に限定する。このため、利用者の宿泊有無の確認方法について提案すること。
- ・また、乗車に際しては予約制とする。予約人数が無い日は運行をしないこととするが、申込締切を直前（2～3日前を想定）に設定するよう配慮すること。
- ・自走時の実験もふまえて一部期間の運行保証や前日迄受付などの実験もできる限り考慮すること。

- ・募集型企画旅行の形態で運行するため、旅行業法上の登録（第1種または第2種）を有している者が事業に参画すること。
- ・利用者からは旅程に応じた旅行代金を徴収する。旅行代金の設定については、他の交通機関との均衡に努めたいうで、期間全体の料金収入見込額とともに提案すること。
- ・旅行代金収入は、委託契約と相殺する。このため、旅行代金収入が提案時の見込額より上回った場合は、委託契約金額の減額を行うこととする。
- ・パンフレット（国内外向け）設置・地域の割引・特典等の情報提供等、バス利用者に対し充実した観光情報の提供を図ること。
- ・バス内はWi-Fi環境を確保すること。
- ・安全な運行を徹底するため、安全管理・事故等の防止に向けた取組及び事故発生後の対応体制について、提案すること。

## （2）販売PR活動

- ・今回運行する周遊バスの乗車人数の確保を図るため、国内客・海外客に向けたPRツールの作成や配置、及び各種宣伝媒体への広告活動について提案すること。なお、本事業の主要ターゲットは、国内（道外）及び海外の個人旅行者であり、これら個人旅行者に対して効果的なPRとなるようPR対象市場、及び内容について提案すること。
- ・今年度においては、海外向けのOTA（ネット取引の旅行会社）を有効活用するためのPR活動の充実強化（WebによるPR強化、SNSの活用など）を一層図るとともに、OTAへの販売チャンネル増加に可能な限り取り組み、FIT商品販売露出を高めることに重点を置くこと。
- ・また、他の交通機関（航空・JRなど）とのセットプラン商品造成やPRを積極的に図ること。
- ・Webやアプリ等を最大限活用したうで、今回運行する周遊バスやその他の交通ネットワーク（都市間バス、JR、航空など）を一元的に情報発信・販売する仕組み【交通ミックス】の整備活用についても、併せ検討すること。
- ・可能な限り、道東の空港接続バスや「ひがし北海道エクスプレスバス」等との連携を図り、共通バス発行の手段等により、商材としての価値を高めるよう図ること。
- ・販売体制については、共通在庫をネットで管理・販売できる仕組みの導入について検討すること。
- ・今年度は道東エリア内の別ルートにおいても周遊バス運行が行われる予定があることから、両事業の相乗効果を図るため、販売PR内容については契約後において観光機構と受託者との間で調整を図る場合がある。

## （3）実証調査

### ア 目的

今回試験運行する周遊バスが、独立採算によるバス運行が可能となるために必要な今後の取組を明らかにするための調査を実施する。

### イ 利用状況等の報告

期間中の利用者数及び乗降地点ごとの乗下車人数について集計し報告すること。

（2）における交通ネットワーク、交通ミックスの販促を活かしネットワークとしての顧客流動データ調査に取り組むこと

#### ウ 利用者へのアンケート調査

利用者に対して、アンケート調査を行うこと。調査項目については、次の項目は必須としたうえで、他の項目については、アで示した目的達成のため有益な項目を選定のうえで提案すること。

【必須項目】 本周遊バスへの満足度、料金の妥当性、印象に残った観光スポット、追加を希望する乗降地点、予約の簡便性、利用者の属性（国籍・性別・年代など）

#### エ 自走化に向けた提案

本事業のバス運行については独自採算による運行を視野に入れており、実際の運用時の取組内容について精査したうえで、他交通事業者及び地域内の意見も含めた自走化に向けた提案、改善すべき点などを示すこと。

#### (4) 事業実施報告書の提出

事業終了後、事業の実施内容と成果を報告書として提出すること。

#### (5) 民間とのタイアップ

予算上限額相当以上の民間企業等との協力・支援内容について提案すること。

#### (6) その他

ア 今年度における本事業の成果指標として、乗車人数4,800人以上、料金収入2,400万円以上と設定している。提案に当たっては、本指標の達成が見込まれるよう内容を検討するとともに、自走可能な乗車人数を目指して努力すること。

イ 昨年度実証運行の実績、課題及び平成29年度における改善案は別紙資料のとおりであるので、提案の際の参考とすること。

### 7 予算上限額

95,000千円（消費税及び地方消費税相当額を含む）

### 8 参加表明

企画提案を提出する意思がある場合は、期日までに参加表明すること。

(1) 表明期限：平成29年4月19日（水）

(2) 表明先：札幌市中央区北3条西7丁目1-1 緑苑ビル1階  
公益社団法人北海道観光振興機構  
事業企画推進部 商品開発グループ（担当：吉井、福田）  
TEL：011-231-0941  
メール：n\_yoshii@visithkd.or.jp  
k\_fukuda@visithkd.or.jp

(3) 表明方法：文書でFAXまたはメールにて行うこと。（様式は任意、メール本文でも可）

## 9 企画提案書及び見積依頼内容

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。

企画提案書作成に当たっては、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) これまでの事業実績

会社の業務内容及び本事業類似の事業の実績について、過去3年分を記載すること。なお、観光機構事業の実績については記載を要しない。

### (2) 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のほか、協力会社等を明記し、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1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。

### (3) 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。

### (4) 見積書

費用項目の明細を記載すること。なお、料金収入は委託契約と相殺するため、見積額は必要経費から料金収入見込額を差し引いた額とすること。

## 10 企画提案書作成上の留意点

(1) 様式の企画はA4版とする。ただし、全体的なイメージを伝えるうえで数ページA3用紙を折り込むことは可。

(2) 企画提案は1社1提案とする。ただし、外注先または協力先として同一の者が複数の提案に記載されることは可とする。

(3) A案・B案と複数企画内容を記載し、事業実施主体側に選択を委ねている提案は、審査対象外とする。

(4) 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。

(5) 提出された企画提案書は返却しない。

## 1 1 企画提案書の提出

- (1) 提出期限 平成29年5月8日(月) 17:30 (厳守)
- (2) 提出場所 公益社団法人北海道観光振興機構  
札幌市中央区北3条西7丁目緑苑ビル1F  
担当：事業企画推進部商品開発グループ 吉井、福田
- (3) 提出部数 企画提案書〔A4判〕8部、見積書 8部  
※企画提案書・見積書とも1部のみ社名を記入、残り7部は無記名でお願いします。

## 1 2 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) 企画提案の目的適合性  
企画内容は、道東道北への誘客促進のために効果的か。また、将来的なバスの自走に向け有益な取組となっているか。
- (2) 実現性  
事業の組み立てに具体性があり、実現可能な提案・スケジュールとなっているか。
- (3) 運賃収入の増加に向けた創意工夫  
国内客・海外客のバス利用を高める効果的な集客の方法や取組を提案しているか。
- (4) 業務遂行能力  
事業実施のノウハウを備えており、バスの運行等が可能な実施体制が確保され、業務を遂行する能力があると判断できるか。

## 1 3 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。

## 1 4 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、客観性を期すため、企画提案書は公表する場合がある。



参考資料（別紙資料）

（1）平成28年度実績（席数）

6 委託業務及び見積依頼内容（1）イ 運行ルート	平成28年度実績		
	夏季	冬季	合計
① 始点：札幌駅周辺→終点：層雲峡	248	432	680
② 始点：層雲峡→終点：札幌駅周辺	210	318	528
③ 始点：層雲峡→終点：知床（ウトロ）	186	622	808
④ 始点：知床（ウトロ）→終点：層雲峡	211	449	660
合 計	855	1,821	2,676

※特筆事項 夏季の台風、及び冬季の大雪による被害により、交通機関の長期にわたる寸断、風評被害などによる影響を受け、利用者が伸びない結果につながった。

※運行期間 夏季：平成28年8月20日～平成28年11月2日  
冬季：平成28年12月23日～平成29年3月15日

## (2) 平成 28 年度事業振返りと平成 29 年度の改善点

### ア 販売方法

28 年 度	<ul style="list-style-type: none"><li>・海外向け販売 チャンネルはほぼ 1 社に限定されたため販路が限定的に。</li><li>・販売座席はアロット制（各旅行代理店へ座席の配分）のため、販売体制が非効率。</li><li>・手仕舞い（予約期限）が出発の 7 日前と早く、販売機会を逸失していた。</li></ul>
--------------	--



29 年 度	<ul style="list-style-type: none"><li>・特に海外 OTA への販売チャンネル増加に注力し、FIT 商品販売増強を目指す。</li><li>・座席管理を Web 上で構築する仕組みを準備し、販売体制を向上させる。</li><li>・申し込み締め切りを直前（2 日前までを目途）に変更し、販売効率向上を図る。</li></ul>
--------------	---

### イ PR 方法

28 年 度	<ul style="list-style-type: none"><li>・パンフ作成・配布、旅行代理店での商品告知、チラシを作成し、旅行博での PR を実施。</li><li>・バスルート対象地域からの情報発信は、準備期間が短く、不十分。</li><li>・FIT 層誘客のための外国人向け OTA サイトも、活用不十分。</li></ul>
--------------	---



29 年 度	<ul style="list-style-type: none"><li>・外国人 FIT 客取込みのため、外国人向け OTA をさらに有効活用し、Web による PR の充実・強化を図る。</li><li>・ルート地域も主体的に PR・販促活動に取り組む。</li><li>・地域の魅力・観光資源そのものをメインの PR ポイントとした販促活動を充実させる。</li></ul>
--------------	---

### ウ 運行ルート・期間

28 年 度	<ul style="list-style-type: none"><li>・2 月の販売実績が最も高く、集客に有効なコンテンツ（流水など）効果を確認。</li><li>・最低催行人員（1 名）に満たず、運休した日もあった。</li></ul>
--------------	--



29 年 度	<ul style="list-style-type: none"><li>・ルート上の代表的なコンテンツ（流水など）PR と連動した魅力有るルート設計</li><li>・効率的な運行形態の設計（乗車率が低い時期の運行日数の検討）</li></ul>
--------------	---

### エ その他

29 年 度	<ul style="list-style-type: none"><li>・主に道東エリアの交通情報をまとめて提供するアプリの導入。</li><li>・情報提供から販売まで至ることができる Web を地域主体で整備し、バス以外の交通ネットワーク（JR、航空など）との相乗効果を図る。</li></ul>
--------------	--