

## 業務説明資料

本説明資料に記載した内容には、現在検討中のものも含まれるため、本プロポーザルのみの設定条件とし、将来の業務（設計）実施の条件となるものではありません。

### 1 件名

横浜市観光・MICE戦略策定補助業務委託

### 2 契約期間

契約締結の日から令和4年3月31日まで

### 3 履行場所

横浜市内ほか（提案内容に準ずる）

### 4 業務目的

人口減少、少子高齢社会を迎える中、本市が今後も継続的に発展していくための経済成長の柱として、観光・MICEの果たす役割がさらに重要となっている。

そのような中、本市においては、誘致を表明しているIRなど、観光・MICEを取り巻く環境に大きな変化が見込まれている。

そこで、様々なステークホルダーと課題やビジョンを共有し、官民が一体となって取り組んでいくため、概ね10年後の横浜市が目指すべき観光・MICEの姿や方向性を示す戦略を策定する。

### 5 前提条件

本業務を実施するにあたり、以下のことを念頭に置くこと。

- (1) 令和2年度実施の「横浜市観光・MICE戦略の策定に向けた調査等業務委託」（以下、「令和2年度調査」という。）において、概ね10年後の本市の“あるべき姿”を描き、現状との差から課題を抽出する「バックキャスト方式」を採用しているため、戦略策定においても本方式を採用すること。
- (2) 令和2年度調査において、別紙1のテーマのとおり調査を行い、本市の現状分析と“あるべき姿”からみた課題の整理を行うことから、これらの分析結果を十分に活かした戦略策定を行うこと。  
なお、令和2年度調査にかかる最終報告書や各種調査データ等は、契約締結日以降に提供する。
- (3) 本戦略では、あるべき姿を実現するための方向性を示したうえで、推進する主な取組内容を盛り込むこととする。

## 6 委託業務概要

ここで提示されている内容は、委託業務内容（案）であり、当プロポーザルでの提案内容は、提案作成要領及び様式3を参照すること。

### (1) 調査結果の引継

「令和2年度調査」の受託者から、調査内容に関する引継ぎを受けること。

なお、引継ぎを実施するにあたり必要となる経費等については、本業務の受託者が負担することとする。

### (2) 観光・MICE戦略（素案）の提案

令和2年度調査の結果等をふまえ、観光・MICE戦略の素案（詳細版、概要版）を提案すること。

### (3) 有識者ヒアリングの実施

以下のとおり、観光・MICE戦略（素案）について有識者ヒアリングを実施すること。

#### ア 有識者の選定

3名程度を選定し、本市の承認を得ること。

#### イ ヒアリングの実施

有識者と日程調整等を行ったうえで、ヒアリングを実施すること。

なお、ヒアリング実施に際し謝礼金等が発生する場合は、受託者の負担とする。

#### ウ その他

ヒアリング結果について報告書を作成すること。

### (4) パブリックコメント実施支援

本市がパブリックコメントを実施するにあたり、公開資料の作成を支援すること。

### (5) 観光・MICE戦略（原案）の作成支援

本市が実施するパブリックコメントの結果等をふまえ、観光・MICE戦略の原案（詳細版、概要版）を作成するための支援を行うとともに、デザインやレイアウト等を提案すること。

### (6) 追加調査等の実施

業務実施にあたり、必要に応じて追加のデスクトップ調査やデータ分析、観光・MICE関連事業者へのヒアリング等を実施すること。

### (7) 印刷用データ等の作成、提出

#### ア 構成、レイアウト

詳細版、概要版ともに、市民や関連事業者等が読みやすいデザインとなるよう、構成やレイアウト等を工夫して編集すること。

なお、本市と協議のうえ、デザインやレイアウト等の修正に応じること。

#### イ 各種電子データの提出

印刷用データ（イラストレーターにて編集済）を納品すること。

その他必要な成果品については、Microsoft Word・Excel・PPTのいずれかの形式で納品すること。

## 7 業務実施スケジュール（予定）

令和3年	4月1日	委託契約締結
	～4月中旬	「令和2年度調査」引継ぎ
	4月～7月	・令和2年度調査に基づく素案作成 ・必要に応じ、追加調査等の実施
	～7月末	・素案提案完了（詳細版、概要版）
	8月	・有識者ヒアリングの実施
	9月下旬 ～10月	・パブリックコメント実施 ・原案作成作業 ・デザイン、レイアウト検討
	11月	・原案作成完了（詳細版、概要版）
令和4年	～2月	・観光・MICE戦略確定に向けた最終調整 ・デザイン、レイアウト確定
	～3月	・成果物の納品

## 8 業務進行上の注意

- (1) 受託者は、委託者と密接な連携を図り、効率的進行に努めなければならない。
- (2) 詳細事項及び内容に疑義を生じた場合、並びに業務上重要な事項の選定については、あらかじめ委託者と打合せを行い、その指示又は承認を受けること。
- (3) 委託者は必要に応じて業務内容を変更することができることとし、この場合、委託者と受託者が協議して定めるものとする。
- (4) 本業務における法令や計算の根拠、外部資料、及びデータの出典などは全て明確にしておくこと。
- (5) 調査の手法、対象範囲、サンプル数については、統計学的に有意であること。
- (6) 本業務に関して必要となる備品類等は受託者が準備すること。
- (7) 本業務に関するデータは原則として委託者に帰属する。
- (8) 本業務で委託者が提供したデータは、全て返却すること。
- (9) 本業務の履行に係る成果物（印刷物等）の所有権は全て委託者に帰属する。
- (10) 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。
- (11) 本業務を履行するに際し、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。
- (12) 本業務を履行するに際し、行政サービスの品質を維持し、法令順守を徹底するものとする。
- (13) 本業務を履行するに際し、新型コロナウイルス感染症拡大防止に努めることとし、ウェブ会議の開催等柔軟に対応すること。
- (14) 本業務を遂行する上で知り得た情報に対する守秘義務を遵守すること。この守秘義務

は業務従事後も当該業務に従事していたすべての従事者に遵守させること。また、契約期間満了後及び契約解除後においても同様とする。

## 9 その他

受託者は、本業務以外の I R（統合型リゾート）に関する事業を受託する場合には、委託者の不利益となる行為は行ってはならない。受託者は本業務に関する契約締結後速やかに、委託者と協議の上、本業務を実施する上での利益相反管理方針を策定し、承認を得ること。

なお、以下に示す制限は必須のものとする。

### 【必須となる利益相反行為制限】

- i) 本業務の担当チーム及び担当者が、I R 事業（他の地方公共団体含む）における R F P に応募する応募企業、応募グループの構成員、協力企業の当該 R F P に関わる担当者となること。
- ii) 本業務の担当チーム及び担当者が、I R 事業（他の地方公共団体含む）に関し、事業者（R F P への応募有無を問わない）に対して、事業参入若しくは事業企画又は R F P ・区域認定等の関連手続に関して、助言業務その他コンサルティング業務（契約の有無を問わない）を行うこと。
- iii) 本業務の担当チーム及び担当者が、I R 事業に関し、他の地方公共団体に対して、R F P 及び区域認定手続に関して、助言業務その他コンサルティング業務（契約の有無を問わない）を行うこと。

※本制限は再委託先にも及ぶものとする。ただし、再委託先が行う業務のうち、公表情報、既存事例及び客観的情報の調査・収集・分析業務（I R 事業者の選定・審査過程に関わる場合を除く。）については、この限りではない。

※ i) については R F P 終了時まで、ii) 及び iii) については R F P 及び本市が申請した区域整備計画の国土交通大臣による認定手続が終了した時までの制限とし、契約期間満了後及び契約解除後においても同様とする。

調査の柱	調査テーマ
観光資源	<ul style="list-style-type: none"> <li>◎本市の現状 <ul style="list-style-type: none"> <li>・本市の観光資源</li> <li>・本市周辺の観光資源</li> </ul> </li> <li>◎ターゲットの嗜好に沿った観光資源 <ul style="list-style-type: none"> <li>・ターゲットのニーズ</li> <li>・ターゲットのウォンツ</li> </ul> </li> <li>◎本市の課題 <ul style="list-style-type: none"> <li>・ターゲットのニーズ・ウォンツを踏まえた課題</li> <li>・競合都市の観光資源を踏まえた課題</li> </ul> </li> <li>◎磨き上げるべき観光資源</li> <li>◎新たな観光資源</li> </ul>
ターゲティング	<ul style="list-style-type: none"> <li>◎本市の現状 <ul style="list-style-type: none"> <li>・国・地域別観光客数・消費額の整理</li> <li>・本市におけるターゲット層の観光消費動向等の整理</li> </ul> </li> <li>◎本市の課題 <ul style="list-style-type: none"> <li>・ターゲット層のニーズ・ウォンツを比較した上での課題</li> </ul> </li> <li>◎ターゲット層の明確化（国内、国外）</li> <li>◎ターゲットとするべき国・地域の分析</li> <li>◎ニーズの把握 <ul style="list-style-type: none"> <li>・ターゲット別のニーズ・ウォンツの分析</li> </ul> </li> </ul>
競合都市分析	<ul style="list-style-type: none"> <li>◎観光・M I C Eの位置づけ</li> <li>◎観光・M I C Eのターゲット層</li> <li>◎ターゲット獲得に向けた戦略・施策</li> <li>◎観光推進に向けた主なプレイヤー</li> <li>◎競合都市の取組整理（観光資源、ターゲティング、誘客・プロモーション、受入環境整備、観光推進体制等）</li> </ul>
誘客・プロモーション	<ul style="list-style-type: none"> <li>◎本市の現状 <ul style="list-style-type: none"> <li>・ターゲット層別の誘客・プロモーション方法（旅前・旅中）</li> </ul> </li> <li>◎本市の課題 <ul style="list-style-type: none"> <li>・ターゲットのニーズ・ウォンツと比較した場合の課題</li> <li>・競合都市と比較した場合の課題</li> </ul> </li> <li>◎効果的なプロモーション（ターゲットごと） <ul style="list-style-type: none"> <li>・ターゲット層別の情報収集媒体の整理（旅前・旅中）</li> <li>・ターゲット層別のニーズ・ウォンツに沿ったプロモーション内容の検討</li> </ul> </li> </ul>

	<p>◎効果測定手法</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・測定指標の抽出方法の検討（旅前・旅中）</li> <li>・P D C Aを実施するための検討</li> </ul>
<p>受入環境の整備</p>	<p>◎本市の現状</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・受入環境の整備に係るプレイヤーの整理</li> <li>・実施している受入環境整備の施策（宿泊・交通・飲食等）</li> </ul> <p>◎ターゲットの行動様式に即した受入環境</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ターゲット層別の行動様式（宿泊・交通・飲食等）</li> </ul> <p>◎本市の課題</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ターゲットの行動様式と比較した場合の課題</li> <li>・競合都市と比較した場合の課題</li> </ul> <p>◎観光案内体制</p> <p>◎多様な文化・習慣への対応</p> <p>◎回遊性向上（送客機能含む）</p> <p>◎持続可能な観光都市の実現</p> <p>◎持続可能な開発目標（S D G s）とサステナビリティ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・M I C Eにおけるサステナビリティに関するニーズの整理</li> </ul> <p>◎経済波及効果の拡大</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・市内企業の巻き込みに向けた方針等の検討</li> </ul>
<p>M I C E</p>	<p>◎M、I、C、Eの分野ごとの</p> <p>&lt;本市の現状（特徴）&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・分野ごとの開催件数及び日本人・外国人参加人数</li> <li>・分野ごとの総消費額・市内直接効果・経済波及効果等</li> <li>・ターゲット及び主要な競合都市、強み・弱み</li> </ul> <p>&lt;本市の個別課題&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・M I C E施設、飲食・物販、宿泊施設、アフターM I C E、M I C E関連産業集積、M I C E支援策、ユニークベニュー、S D G s対応等、開催地要件別の主催者ニーズの把握と本市の現状・課題分析</li> <li>・現状として誘致・開催が難しいM I C E種別とその理由、ポテンシャル</li> <li>・現在および将来（10年後程度）の競争環境分析と横浜M I C Eへのインパクトの把握</li> </ul> <p>&lt;新たなターゲット、本市が今後重点的に取り組んでいくべき分野&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・I R整備等によるハード・ソフト面の強化によって新たにターゲットとなるM I C E分野</li> <li>・消費額（総額／1人当たり）の観点から注力すべきM I C E分野</li> <li>・横浜市産業構造及び戦略産業分野等の育成・強化の観点から注力す</li> </ul>

	<p>べきMICE分野と具体的な学術／産業分野等</p> <p>◎横浜のMICE産業の分析</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・MICE施設、飲食・物販、宿泊施設、アフターMICE、MICE関連産業集積、MICE支援策、SDGs対応等、開催地要件別の主催者ニーズの把握と本市の現状・課題分析（再掲）</li> <li>・市内産業構造によって市外に流出している経済波及効果の産業分野別分析及びその理由の把握</li> </ul> <p>◎世界のMICEの現状と将来予測</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ICCA、POP展示会データベース等のデータベース分析</li> <li>・国際機関等がまとめた将来展望に関連するレポートの分析</li> <li>・新型コロナによるマーケット変化含めた将来予測の整理</li> </ul> <p>◎他国／他都市との比較</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・推進体制、施設、助成金、ユニークベニューや観光コンテンツ等都市としての魅力</li> <li>・ターゲットとしている学術分野や規模等のMICE誘致戦略</li> </ul>
<p>観光・MICE 推進体制（DMO等）</p>	<p>◎本市の現状</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・観光振興における横浜市と横浜観光コンベンション・ビューローの役割分担と施策の内容</li> <li>・MICE振興、誘致・開催における本市・YCVB・MICE施設等の役割分担と施策の内容</li> </ul> <p>◎本市の課題</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・市内の多様な主体の分析</li> <li>・財源確保、自立性実現に係る課題</li> <li>・広域連携（回遊性）に係る課題</li> </ul> <p>◎目指すべき体制及び財源</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・課題・成功事例をもとにした方向性の整理</li> </ul> <p>◎成功事例（海外含む）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・多様な主体の参画による観光推進体制構築に関する事例</li> <li>・自主財源による自立的運営に関する事例</li> <li>・広域連携による回遊性向上・滞在時間増に関する事例</li> </ul> <p>◎市内で連携すべき地域、事業者、観光資源及び連携手法（関連事業者へのヒアリング含む）／広域的に連携すべきエリア及び連携手法</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ターゲットのニーズ・ウォンツに合致した回遊ルートイメージを複数設定</li> </ul>