あづま山麓ツーリズム推進事業業務委託仕様書

１　業務名

あづま山麓ツーリズム推進事業業務委託

２　委託期間

契約締結日から令和８年２月２７日（金）

３　事業実施の背景

コロナ禍以降、“自然の中で楽しむ高付加価値なアクティビティや文化体験”のニーズが世界的に高まっており、その市場は全国で 2.3 兆円と今後最も発展する可能性のある旅の形体だ。旅先の自然や文化、人と深く接続する事で旅行客の満足度を高める体験型の旅であり、地域への大きな経済波及効果が期待されている。

そのような背景の中、関東からの新幹線にて 90 分程度で到着できる好アクセスに立地する福島市の自然資源豊かなエリアを「あづま山麓エリア」と称し、磐梯朝日国立公園の自然の恩恵より育まれる、福島市ならではの“ここにしかない自然”や“人”、“歴史文化的ストーリー”を活用した国内外からの誘客が期待できるポテンシャルの高いエリアであると確信している。

しかし、本エリアの年間観光入込客数は令和６年に５９９万人超が訪れているにも関わらず、宿泊者数が約１０％の６３万人にとどまるなどまだまだ認知度が低く通過点となっている。先述したコロナ禍以降の転換期及びインバウンドの地方誘客の回復期に対し、効果的なアプローチができておらず、入込数のみならず消費額でも機会損失につながっている。

令和６年度には、本エリアの豊富な資源の中でも特に「吾妻五葉松」「多様な酒造り」の２つのコンテンツをそれぞれ主軸とした旅を造成してきた。単体でのコンテンツを明確にし、商品化に向けて事業者と合意形成を図れたことは大きな成果であった。一方で、単独コンテンツでは集客の幅が限られ「目的地」としての訴求力が低く短期的な滞在となることを受け、いかに差別化し、ここにしかない価値を付加した商品を造成するか、また、商品の具体的販路獲得、予約動線の構築等、課題が残った。

当事業では「選ばれる地域」になるため、先述した令和６年度に造成したコンテンツを軸としながらも、訪日外国人の求める本エリアの“ここにしかない自然”や“人”、“歴史文化的ストーリー”を活用し、「旬（今だけ）」と「地域性・独自性（ここだけ）」をより意識した付加価値滞在促進型商品への磨き上げ及び具体的販路の獲得、地域のストーリーを言語化し伝える力を持つ人材育成、効果的なプロモーションを実施する。事業実施を通して地域のファンが増え、人に話したくなる地域となることで「また来たい」というリピーター獲得に繋げ、あづま山麓エリアが選ばれる地域となり、国内外からの誘客・滞在促進に繋げ持続可能な経済循環を創出することが重要である。

４　業務の目的

「あづま山麓エリア」は、吾妻五葉松、酒造り、フルーツ、ふくしま三名湯、川など多様な素材から構成される。当該事業においては、令和６年度にベースを構築した「吾妻五葉松」と「多様な酒造

り」を主軸に置きながら、令和 8 年度にむかえる「ふくしま DC キャンペーン」にて多くの来訪が期待されることを受け、インバウンドをも見据えた「コンテンツの有機的融合による付加価値滞在型商品への磨き上げ及び具体的販路の獲得」、「コンテンツの魅力を伝えることのできる人材育成」、「イベント開催等を通したエリアブランディングプロモーション」を展開し、ストーリー性のある地域ブランディング・地域への誘客促進・地域経済波及効果（外貨獲得）に繋げることを目的とする。

５　ターゲット

（１） 首都圏在住者
（２） 福島県内及び近隣県（山形県、宮城県）在住者
（３） 訪日観光客（アジア、欧米豪）
（４） 事業テーマである「自然」「盆栽」「酒」に関心のあるコミュニティ
※（１）の誘客を主に見込み、（３）を視野に入れた商品への磨き上げを行う。

６　委託業務の内容

以下の（１）～（３）の業務について各事業を履行すること
（１）「吾妻五葉松をめぐる山旅」×「吾妻蔵元ツーリズム」の融合による
付加価値滞在型商品への磨き上げ及び販路獲得
（２） ペアリングメニューの発展的展開による「吾妻蔵元ツーリズム」の福島市中心部を軸とした滞在型/周遊型商品への磨き上げ
（３） あづま山麓ツーリズム推進に伴う観光ホスピタリティ人材育成
（４） あづま山麓エリアブランディングプロモーションの展開

（１）「吾妻五葉松をめぐる山旅」×「吾妻蔵元ツーリズム」の融合による付加価値滞在型商品への磨き上げ及び販路獲得

盆栽愛好家等の専門的なターゲットに偏る事なく、「日本の文化としての盆栽」「盆栽を通して学ぶ日本の美意識」のような文脈にてインバウンドをも見据えた滞在型商品への磨き上げを行い販路獲得する。その際「吾妻蔵元ツーリズム」と有機的に融合し、「自然」「酒」「食」が繋がるストーリー性の高い新たな商品に昇華させ、より高付加価値な 1 泊 2 日以上のツアーにバリエーション展開を図る。

＜吾妻蔵元ツーリズムにおける定義＞
・「蔵元（くらもと）」とは、酒造りの方針や伝統を守りながら酒蔵のブランド品質を維持し、酒類を製造・販売する“人”を指す。
・「酒蔵（さかぐら）」とは、伝統的な醸造技術を用いてさまざまな酒類を醸造する“施設”を指す。
・５つの蔵元については以下の表参照。

(※)5つの蔵元

	酒蔵名	所在地	取扱酒類
1	金水晶　四季の蔵	福島市荒井	日本酒
2	みちのく福島路ビール	福島市荒井	ビール
3	おららの酒BAR・醇醸蔵	福島市土湯温泉町	どぶろく、シードル
4	吾妻山麓醸造所	福島市桜本	ワイン
5	Yellow Beer Works	福島市大笹生	ビール

① 商品造成においては、国立公園へ対する環境保全等やサステナブルな視点に配慮すること。
② ハイキングにおいて盆栽作家の視点を取り入れ、インバウンド客に自己変革を生み出すストーリー性の高いコンテクストデザインに磨き上げること。
③ 季節ごとに訪れたいと思える“旬”を意識した内容とすること。具体的な時期等は提案すること。
④ 蔵元の“志”と”酒蔵の魅力”、“酒造りの過程”が伝わる内容にすること。
⑤ ツアーでは３蔵元以上を連携させること（連携する蔵元については事業者確定後に調整）。
⑥ 商品造成にあたり、具体的な販路獲得・情報発信を目的として、モニターツアーを１回以上実施し、情報発信及び販売に向けた調査を行うこと（招聘する参加者は合計 5 名程度を想定しているが、種別や人数などは事業者確定後に調整。）
⑦ あづま山麓の自然と接続された周遊促進の要素を組み込むこと。
⑧ 事業期間内に販売できる体制を構築し、適正な販売価格を設定し、販売実績８０名を目指すと共に、事業実施後も継続的に販売できる体制を構築すること。
⑨ 2025 年秋に東北で開催される「Adventure Week 2025」の商談会にてインバウド誘客へのセールスを実施すること（それに伴うブース出展等の運営管理、出展登録を行うこと）。
⑩ 令和６年度に造成した土湯温泉山水荘「ペアリングディナープラン」との連動を検討すること。
⑪ 後述する「首都圏におけるプロモーション」と連動すること。

（２）ペアリングメニューの発展的展開による「吾妻蔵元ツーリズム」の福島市中心部を軸とした滞在型/周遊型商品への磨き上げ

令和６年度に造成した「ペアリングディナー」を専門的知見を持つ人材と共に以下の要件にて発展的に展開する。

＜ペアリングの定義＞
５つの蔵元のお酒（日本酒、2 種の地ビール、ワイン、どぶろく）それぞれに合う料理メニュー。

① インバウンド向けのペアリングディナーの開発
（ア）インバウンド受入のためのヴィーガン対応や宗教上の多様性に対応できる内容やしつらえを意識したメニューを開発する。
（イ）ペアリングでは５酒蔵全ての酒を利用し（銘柄は問わない）、地域食材を活用すること。

（ウ）メニューの開発においては、「あづま山麓エリア」にある開発実績のある土湯温泉旅館と連携を図ること（連携する旅館については事業者確定後に調整）。
（エ）開発したメニューは、広く周知を図る手法を検討し、地域への波及を図る。その効果的な手法については提案すること。

② 市内飲食店におけるカジュアルペアリングメニューの展開

福島駅は新幹線の発着駅であり、駅周辺には福島市ならではの飲食店が多く存在する。しかし、市内飲食店においてあづま山麓のお酒を取り扱っている事業者は少ない。ゆえに、周辺の市内飲食店にて、５蔵元のお酒を味わえる機会を創出するため、お酒と掛け合わせてカジュアルに楽しめるペアリングメニューを以下の要件にて展開する。

（ア）ペアリングメニューは、５酒蔵のお酒それぞれに合うメニューを各１種類ずつ造成する。
（ただし、１店舗で５種類を揃える必要はない。メニューは新規のみならず、既存のメニューに工夫を凝らす、アレンジを加える等でもよい）
（イ）お酒とペアリングメニューを組み合わせて魅せることにより、魅力発信及び認知度向上、消費額向上を図る。その具体的な手法は提案すること。
（ウ）連携する市内飲食店は５店舗以上とする（連携する飲食店については、事業者確定後に調整）。
（エ）ペアリングメニューの取り扱い店舗がわかるよう可視化ツールを作成する。
その効果的な手法は提案すること。
（オ）取扱店舗については、積極的な情報発信を行い広く周知を図る。

（３）あづま山麓ツーリズムの発展的展開に伴う観光ホスピタリティ人材育成

あづま山麓エリアの魅力を旅行客に伝えるにあたり、その自然の豊かさや地域の歴史などの正しい知識及びコミュニケーションスキルを持つ事が重要となる。また、インバウンド対応も視野に入れる時、グローバルスタンダートな自然や文化へのリテラシーやサステナビリティなどへの理解と実践が不可欠である。

令和 8 年度に訪れる福島 DC キャンペーンを契機とし、県内外から観光客を受け入れるにあたり、市内の事業者等が吾妻五葉松や酒造りをはじめとしたあづま山麓エリアの魅力や上記の理念等を理解し案内・発信できる人材を育成するため、人材育成研修会を実施する。

同時に、地域の素晴らしさを、その地域に暮らす人が気づいていない課題があることから、「魅力に気づく力」の取得や、「自分の言葉で魅力を届けたい」という人材の発掘及びシビックプライドの醸成を図ることで、今後地域で活躍し続けることができる観光人材を育成する。

福島 DC への機運を高め、彼らの活躍により旅行者の一層の満足度を高めることが、ひいてはリピーターの創出、観光消費額の拡大につながることを目的に、以下の事業を展開する。

① 研修会の開催

（ア）研修の企画設計及び実施

知識のインプットに偏らないコミュニケ―ション力の向上や、ガイディングスキルをゲスト目線で体感するプログラムを実践できる機会を設けること。参加者は観光事業者、交通事業者、飲食事業者、ガイド経験者、これからガイドを目指す者、全国通訳案内士、地域通訳案内士、地域おこし協力隊、ボランティアガイドなどを想定する。

（イ）全体で５回以上の研修を実施すること。内容詳細については、地域の実情に応じ協議の上定めるものとする。

（ウ）福島県の「インバウンド受入環境整備事業」との連携を図り、広く食の多様性の知見を深めること。

（エ）テーマや課題に応じた適切な講師を提案すること。それに伴い地域課題のヒアリングや参加候補者の調査を行うこと。

② 活躍機会の創出

本研修会で育成した人材のスキルアップ及び今後地域で活躍できるような仕組み等を提案すること。

例：あづま山麓エリアに係わる観光に特化した地域おこし協力隊との連動・連携、
観光コンベンション協会・各温泉協会との連動・連携　など

（４）あづま山麓エリアブランディングプロモーションの展開

あづま山麓エリアの固有コンテンツである「吾妻五葉松盆栽文化」と「多様な酒造り」を包括し魅力発信できるプロモーションイベントを首都圏及び福島市内で開催し、吾妻五葉松と酒造りだけではない「あづま山麓エリア」の魅力を五感で体感できるイベントを通した誘客促進を図る。

①あづま山麓エリアプロモーションイベントの実施

（ア）イベント内容は以下の要素を含むこととする。

ⅰ　令和６年度に東京都内で開催した「福島市・酒と盆栽」の世界観を表現するイベントとする。

ⅱ　会場は、東京都内・福島市内の２地点で開催し、「ちょうどいい旅、ふくしまステイ。」（https://www.f-kankou.jp/special/11363）のコンセプトをベースとした首都圏向けと、福島市内での認知度向上を図る市民向けの２つのイベントを実施し、具体的な手法は提案すること。

ⅲ　令和６年度に制作したあづま山麓エリアのパネルを活用する。

ⅳ　あづま山麓エリアの魅力を「酒」「盆栽」のコンテンツ以外の資源と掛け合わせ、あづま山麓エリア全体の魅力が伝わる内容とすること（具体的なコンテンツは事業者確定後に調整）

ⅴ　プロモーションツールである以下の動画を活用する。

・「BONSAI AZUMA GOYOMATSU」（https://www.youtube.com/watch?v=qk-spYAtzYM）
・「あづま山麓ふく酒街道 PR 動画」（https://www.youtube.com/watch?v=tCnIkfA3I7g）

（イ）イベント実施会場については、誘客につながる効果的な場所とする。
（ウ）イベント実施期間については、誘客につながる効果的な期間を設定する。
（エ）イベント実施回数は２回以上とする。
（オ）（１）（２）で造成した商品を紹介もしくは販売する体制を構築する。
（カ）プロモーション実施の際には福島市作成のあづま山麓エリアのロゴマークを広く活用する。

②情報発信

（ア）SNS 等のデジタル媒体を使用しイベント前及びイベント実施後に、対外的な PR を実施するための効果的な情報発信を行うこと。具体的な媒体は提案すること。
（イ）広告のリンク先は商品販売のページもしくは「福島市観光ノート」とする。
（ウ）情報発信においては、各種データを分析し、考察する。

７　独自提案

本事業を実施するにあたり、効果的な独自の提案があれば提案を行うこと。

８　効果検証

事業実施後、効果検証の実施及び次年度以降の計画を検討すること。

９　その他

本業務に係る第三者との各種調整、交渉は、原則として受注者が行う。
ただし、事前に発注者と十分協議を行い、情報共有を図ること。

１０　成果品の提出

（１）実績報告について

① 事業報告書（製本）２部及び電子データ１部を、以下の提出先にそれぞれ提出する（様式は任意）。なお、事業実施の写真等、実施状況が確認できるものを提出する。
② その他、必要に応じて参考資料を提出する。
③ 本事業の成果品（※）に係る権利は、事業受注者が従前権利を有していたものを除き、原則発注者に帰属する。また、成果品は、発注者が主催・共催・後援等を行う行事やイベント、プロモーション、旅行会社等への販促、市等のホームページへの公開等に加工及び二次利用できるものとする。制作にあたり、肖像権や意匠権、著作権その他権利等について、上記での資料が可能となるよう、必要となる一切の手続き及び使用料の負担等は受注者が行う。
（※）成果品…広報のための写真素材、チラシやサムネイル等のデータ、イベント時に撮影した写真、事業に関連し購入・制作した備品を指す。

（２）納品場所は福島市の指定する場所とする。
（３）納品期限は令和８年２月２７日（金）までとする。

１１　著作権について

（１）本業務により得られる全ての成果物・著作物に対する著作権（著作権法第 27 条及び第 28 条の権利を含む）は、発注者に属する。

（２）受注者は本成果物の制作に関与した者について著作権を主張させず、著作者人格権についても行使させないことを約するものとする。

（３）制作にあたり第三者の著作物を使用する場合は、受注者の負担で著作権処理を行う。

（４）その他、著作権等で疑義が生じた場合は、別途協議の上決定するものとする。

１２　その他の留意事項

（１）実施体制・業務主任等

①受注者は、本業務の実施にあたっては、実施内容を事前に協議するなど、発注者との緊密な連携のもと、迅速かつ効果的・効率的な遂行を心がけること（必要に応じて随時打合せを行う）。

② 受注者は、本委託業務全体に関して主として指揮・監督を行う業務主任者を定め、発注者との協議や打ち合わせ等に出席させること。

（２）契約の変更等

①この仕様書に定める事項について疑義が生じた場合、または、この仕様書に定めのない事項については、必要に応じて発注者と受注者が協議の上決定する。

② 委託業務の内容のうち、仕様上の回数等の数量に満たないことが明らかになった場合には、協議の上、同等の内容に変更する、又は委託料の減額を行うものとする。

③ 感染症の流行状況等により、業務の実施が困難または事業効果が見込めなくなった場合には、発注者と受注者が協議の上、仕様の変更及び委託料の減額等を行うものとする。

（３）その他

①受注者は、本業務の実施に当たっての作業方法及び進行状況について、発注者に適宜連絡すること。また、本業務を円滑に遂行するため、発注者は受注者に対して業務の進捗状況について報告を求めることができる。

② 受注者は、本業務を通じて知り得た情報を機密情報として扱い、目的外の利用、第三者に開示、漏えいしてはならない。契約終了後も同様である。

③ 本著作物の利用について、第三者から権利侵害の訴えその他の紛争が生じた時は、受注者は自己の費用及び責任においてこれを解決するものとし、かつ、発注者に何らかの損害を与えたときはその損害を賠償するものとする。

１３　担当課

福島市商工観光部観光交流推進室
電話：０２４－５２５－３７２２
FAX：０２４－５３５－１４０１
E-mail：kankou@mail.city.fukushima.fukushima.jp