

## 仕様書

### 1. 事業名

令和6年度和歌山県の「温泉」認知度向上のための商品販売及びプロモーション事業

### 2. 事業趣旨

「温泉」は常に旅行目的のトップに位置付けられるほどの人気コンテンツである中、和歌山県の温泉地は多様な自然環境、歴史的な背景、独自の温泉文化が融合した多彩な魅力を有している。この魅力をバラバラに発信するのではなく、ブランディングの視点をもって地域を戦略的にプロモーションし、多くの人に“温泉といえば和歌山”と考えていただけるようさらなる認知度の向上を図る。

また、本県は海の幸・山の幸といった「食」が豊富であることに加え、自然深くに点在するキャンプ場、高野山・熊野古道など、「温泉」と親和性が高いと思われる和歌山ならではの観光資源を多く有しており、さらに本年は「紀伊山地の霊場と参詣道」の世界遺産登録20周年を記念した特別企画が展開され、誘客気運が高まっているところである。

この機会を捉え、和歌山ならではの観光資源を組み合わせる等の工夫により、県内各地の「温泉」の特色を生かした付加価値のある温泉商品を販売し、ターゲットを定めた効果的な広告配信を実施することで、本県の「温泉」認知度向上・ブランディングを図り、温泉地での滞在の満足度の向上による滞在時間の延長と周遊促進を目的とする。

また、何を売りにすることで認知度向上につながったのか、つながらなかったのかを県内事業者が知ることも目的の一つとし、アンケートや広告配信結果を用いた効果検証を行い、次につなげる。

### 3. 業務内容

(1) 和歌山県ならではの温泉の楽しみ方を提案する「特色」を付加した宿泊プラン、商品プラン（以下、温泉商品。）の造成及び販売

ア 県内の30以上の宿泊施設を対象として、温泉に「特色」（食、体験などジャンルは問わない）を付加したプラン造成支援を行い、予約サイトに掲載すること。なお、温泉地の付加価値である「特色」の設定については、県内全域で統一する必要はないものの、イメージブランディングの観点から細分化は避けることとし、提案者の独自調査によるエビデンスに基づいた設定が望ましい。

例) ○○温泉…特色は「秘境でデトックス」→A施設では“秘境プライベートテントサウナ+温泉”プラン、B施設では“秘境の清流を使ったデトックス料理+温泉”プラン など

イ 温泉商品については、新規造成か既存プランのブラッシュアップかは問わないが、商品名に統一性を盛り込むなど本取組に一体感をもたせる工夫をし、特設ページ上では5件以上掲載すること。なお、県全体のブランディング“聖地リゾート”に寄与する形が望ましい。

ウ 事業の開始前に、県内宿泊施設を対象に本事業の趣旨や販売する商品の方向性を伝え、参画を呼び掛けるとともに温泉ブランディングの機運を高めること。

エ 温泉商品は4か月以上販売することとし、本事業終了後も県内宿泊施設が同プランを継続販売することができる等、次年度以降にも定着するような仕掛けづくりが望ましい。

オ 温泉商品を造成するにあたり、ブランディングの観点から付加価値づけを目的とするため、割引クーポンなどによる手法の提案は求めている点に留意すること。ただし、そ

れが効果的であると考えられる場合はその限りではない。

## (2) 宿泊予約サイトを活用した特設ページの作成

ア 和歌山県の温泉の認知度向上、ブランディング、誘客を目的とした WEB 上における特設ページを作成すること。なお、取扱うエリアの偏りが無いよう考慮し、委託者と協議のうえすすめること。(R5 年度事業で作成した「湯の旅わかやま」パンフレット(参考 HP : <https://www.wakayama-kanko.or.jp/plan-your-trip/pamphlet/>) に掲載のエリア分けを想定。)

また、御湯印帳の紹介など県内周遊促進を目的とした要素を含めることが望ましい。

イ 特設ページは宿泊予約サイトを活用し、本年 9 月以降契約終了までに 4 か月以上公開すること。宿泊予約サイトは、県内宿泊施設(稼働中のもの)のうち 200 以上の施設が掲載されるサイトを選定すること。

ウ 特設ページは、温泉の良さや楽しみ方、付加価値とは何かが読んでわかる構成とすること。温泉に造詣が深く、発信力のある人物による紹介文を使用するなど、その温泉の魅力について説得性の高いページ構成となることが望ましい。

エ 自社ツールを活用した広報など、他のキャンペーンに埋没しないよう注目を集めるような導線を確認し、多くの利用者に対し本ページへと誘導を図ること。

## (3) SNS 等によるターゲティング広告

ア 予約の増加につなげるため、最低 1 か月以上のターゲティング広告を実施し、特設ページに誘導すること。

イ 使用するツールの選択や配信頻度については、それが十分効果的だと思われる理由をもって提案すること。

## (4) アンケート調査

ア 県内宿泊施設が今後のために磨くべき自社商品の方向性やターゲットを知ることを目的としたアンケートを実施し、報告・検証・フィードバックに活用すること。ただし具体的な手法と内容については追って委託者と協議の上確定すること。

イ 県内宿泊施設に対するアンケートを実施し、本事業の有効性についての検討材料を入手することが望ましい。

※ただし、調査対象者へ負担を少なくするなど、回収率の向上を目指す工夫をすること。

## (5) 実績報告

本業務の終了後、以下の内容を含む実績報告書を作成し、提出すること。ただし、社内規定等にて情報の開示が難しい場合は、委託者と別途協議の上、提出できる範囲で報告す

ること。

- a 地域ごとの予約者数及び金額（各市町又はエリア別、月別）
- b 地域ごとの予約者の性別、年齢層、居住地、形態（カップル、女性グループ、子供づれなど）等の分析結果及び元データ（各市町又はエリア別、月別）
- c a、b のクロス集計した分析データ
- d 予約者の予約日とプラン利用日の関連データ
- e 特設ページ及び作成されたプラン等のPV（ページビュー）数
- f アンケート調査結果
- g ターゲティング広告結果及び反響
- h 上記を踏まえた考察（次年度施策に向けたもの）

※紙ベースの報告書3部及びデータ（エクセルやパワーポイントなど編集可能な形式が望ましい）を業務完了日までに提出すること。

#### （6）検証・フィードバック

実績を踏まえた考察結果を県内宿泊施設へフィードバックすること。形式・時期については委託者と協議の上進めること。

#### 4. 業務期限

契約日～令和7年3月14日（金）

#### 5. 特記事項

本仕様書に未記載の事項については、県及び受託者がその都度協議の上対応すること。  
本業務の実施にあたり、内容のより一層の充実を図るため、協議のうえ、予算の範囲内において内容等を変更する場合がある。