

仕様書（企画提案用）

I. 事業名

地域の観光資源を活用したプロモーション事業

「東武鉄道・野岩鉄道・会津鉄道を軸とした東京・日光・会津ルートへのFIT 向け滞在型観光推進事業」

【対象市場】

米国、英国、豪州（※ただし、Ⅱ. 三の規定に留意すること。）

【ターゲット層】

FIT（高額所得者層）（※ただし、Ⅱ. 三の規定に留意すること。）

【連携先】

台東区、日光・会津観光軸活性化推進検討会（栃木県日光市、福島県南会津町、下郷町、会津若松市、南会津町観光物産協会、下郷町観光協会、会津若松観光ビューロー、東武鉄道株式会社、野岩鉄道株式会社、会津鉄道株式会社）

Ⅱ. 事業の概要

一 事業実施の背景

現在、新型コロナウイルス感染症の感染拡大によって訪日外国人旅行者は激減し、観光関連事業者にとって厳しい状況が続いている。一方、世界的にコロナワクチンの普及が進んでおり、いち早いインバウンドの回復を目指し、訪日旅行再開時に向けた準備を進めているところであり、国土交通省関東運輸局（以下、「当局」という。）においても、その実現に向け、これまでに以上に効果的なプロモーションを実施していく必要がある。

台東区及び日光・会津エリアは、世界的に誇るべき伝統文化、歴史的な建造物、大都市ならではの刺激、また対照的に四季の変化と安らぎを感じられる自然・温泉など、それぞれの特色に応じた、訪日外国人旅行者に訴求し得る多様かつ豊富な観光資源を有している。また、日光・会津エリア（以下、「当該エリア」という。）は、地域としての魅力に加え、鉄道交通を活用し首都圏エリアからのアクセスも容易であり、地方誘客に向け積極的に取り組める状況にある。特に、平成 29 年には連携先の鉄道 3 社による直通運転（特急リバティ）が開始され、一層、鉄道を軸として広域的・一体的なプロモーションが可能となったところである。

一方で、個々の地域・観光資源の認知度はあるものの、当該エリアとして定着させるためには継続した情報発信が必要である。また、首都圏エリアからの交通アクセスが良いため、都心を拠点とした日帰りの旅行が多く、経済効果の高い長期滞在者をいかに獲得するかという課題を抱えている。

以上のことから、鉄道を軸とした当該エリアの更なる認知度の向上、及び滞在型観光を推進するための事業を実施する必要がある。

二 事業の目的

本事業においては、連携先と連携し、台東区がある首都圏エリアと当該エリアをつなぐ鉄道ルート及び当該エリアの認知度・訴求力の向上、長期滞在・回遊等を促す情報発信による滞在型観光の推進を目的とする。

具体的には、冬季における観光資源や体験アクティビティ、スノースポーツを中心としたモ

デルコースについて、海外の高額所得層ネットワークへの SNS による拡散力を期待できる人物（例えば都内在住の高額所得駐在員など）をインフルエンサーとして招請事業を実施することでターゲット層に訴求する情報発信を行う。また、ツアーの様子を現地旅行専門誌などへ純広告を掲載し、欧米豪の FIT 層（高額所得者層）に向け情報発信することで、磨き上げたルート及び当該エリアの認知度向上を図るとともに、掲載後は現地の訪日旅行エージェントにも広く周知し、滞在型旅行商品の造成・販売に繋げる。

三 対象市場及びターゲット層

1. 対象市場

滞在型観光の推進という本事業の趣旨から、「訪日外国人消費動向調査（2019年）（観光庁）」の結果などを参考とし、宿泊日数が多く、長期滞在を期待できる「米国、英国、豪州」を対象とする。特に、観光消費額の大きい豪州に注力する。

2. ターゲット層

（1）対象市場における FIT 層（高額所得者層）

日本政府観光局（JNTO）調査による分類において、連携先の有する観光資源と親和性が高いと考えられる以下の2つとする。

【タイプ3-B】日本探求型：他の人が知らない日本を自分達で経験しに行くタイプ

【タイプ5-B】テーマ追求型：興味関心のあるテーマを追求するタイプ

以上の観点を本事業の全体に渡って留意し、実施すること。

※参考：JNTO Web サイト「地方誘客に向けた欧米豪からの8つの訪日客タイプ」

https://action.jnto.go.jp/knowhow_list/page/4

Ⅲ. 事業の内容

企画提案にあたっては、「説明書（2. 提案書作成）」のとおり行った上で、一、二及び三の「2. 企画提案内容」に掲げる業務の内容については、特に留意して具体的な提案を行うこと。

また、観光庁及び JNTO 発表の市場別プロモーション方針に沿った提案を行うこと。なお、コロナ禍の安全・安心に関する掲載については、下記動画 URL の内容に沿った提案を行うこと。

（市場別プロモーション方針 http://www.mlit.go.jp/kankocho/page03_000054.html）

（JNTO 動画 URL: <https://youtube.com/watch?v=G1HyDxchl8g&feature=share>）

一 メディア（インフルエンサー）招請事業（事業規模：4,000 千円程度）

対象市場に影響力のあるインフルエンサー（例えば都内在住の高額所得駐在員及びその家族など）を冬季に招請し、観光資源や体験アクティビティ、スノースポーツを中心とした FIT 層（高額所得者層）向け招請事業を実施し、招請者が自己の体験を SNS で発信することで、対象市場への情報発信を行う。また、「二 純広告事業」で情報発信を行う旅行専門誌等のライターも同行し、写真や動画を撮影する。

1. 業務の内容

（1）実施時期及び回数 冬季（令和3年12月～令和4年1月頃） 1回（2泊3日程度）

（2）招請者

（ア）英語を母語とするインフルエンサー（例えば都内在住の外国人駐在員及びその家族など） 2名以上

- (イ) 世帯年収は 10 万米ドル以上であること。
 - (ウ) スノースポーツの経験者であり、スノーシーズンに嗜む者であること。(技術レベルは問わない)
- (3) 招請・取材コースに関わる取材調整、手配、運用
- (ア) 当局及び連携先とともに、ターゲット層に沿うテーマ設定について協議し、当該テーマに基づく観光資源、体験アクティビティの選定、コースの企画をすること。なお、観光資源の選定にあたっては、「別紙 1：連携先の推薦スポット」を参考とすること。また、行程の中にスノースポーツを一つ組み入れること。
 - (イ) カメラマンその他撮影に係るスタッフ、通訳などが必要な場合は手配すること。なお、通訳を手配する場合は、英語及び日本語が堪能であり、日本観光・招請エリアの観光知識を有し、説明内容を的確に理解し、確実に受け答えできる者とする事。
 - (ウ) 「ニ 純広告事業」と連携し、取材を伴う旅行専門誌等のライターをツアーに同行すること。
 - (エ) 上記、(イ) 及び (ウ) において、当該者の移動、宿泊、食事、観光入場・体験等の手配を招請者への手配と併せて行うこと。
 - (オ) 取材先の情報については、連携先へ情報提供を行うこと。
 - (カ) 取材を理由に減免が可能な場合は、適宜対象連携先や施設に依頼・申請すること。
 - (キ) 宿泊先、取材先、交通事情等を勘案し、鉄道や貸切バス等を組み合わせて、円滑な移動が出来るように手配・調整すること。
 - (ク) 招請者の状況に応じて、招請対応中にも情報発信が可能となるよう、必要な通信機器を手配すること。
 - (ケ) ツアー最終日に、招請者及び連携先関係者（連携先担当者、取材施設管理者等）による、各観光資源、体験アクティビティの磨き上げに関する意見交換を行う場を設けること。また、意見交換を行う場で得た意見は、連携先と共有すること。なお、オンラインでの参加を希望する連携先関係者については、オンライン参加も可能となるような配慮をすること。
 - (コ) ツアー中及び終了後、招請者に対して各観光資源、体験アクティビティに関するアンケートを実施すること。アンケート実施後、速やかに回収・集計・分析及び翻訳を行い、その作業状況を当局及び連携先に適宜、報告すること。また、集計・分析結果について、効果測定書に記載すること。なお、アンケートの内容については、当局及び連携先と協議の上、決定すること。
 - (サ) 一つ一つの取材先において十分な取材時間（インタビューなどを含む）を確保し、拙速な行程としないこと。
 - (シ) 招請コース及び招請時期については、最終的に当局及び連携先と協議のうえ決定すること。
- (4) ツアーに関する SNS 投稿
- (ア) 投稿本数は、ツアー中の各観光資源、体験アクティビティにつきそれぞれ 1 回以上とすること。
 - (イ) 投稿先の SNS は、対象市場で広く一般に利用されているもの（Facebook、Instagram 等）とし、複数とすること。
 - (ウ) 投稿にあたっては、次の点に留意すること。また、招請実施後に当局及び連携先の確認を得ること。

- a. 投稿内容に掲載する観光資源は、一部の連携先に偏ることがないこと。
 - b. 首都圏エリアからの時間的・地理的な距離感が伝わるよう、投稿内容を工夫すること。
 - c. 単なる情報発信ではなく、予約サイト・観光サイトの URL 等を掲載するなど販売導線を確認し、滞在型観光の推進に繋がるような工夫をすること。
- (エ) 招請実施後、概ね一週間以内に SNS に投稿を完了すること。
 - (オ) 本事業により撮影し投稿された写真及び動画を、連携先が 2 次利用できるよう、招請者と調整し、成果物として写真の画像及び動画データを提出すること。
 - (カ) 成果物として、各回の投稿がなされた後すみやかに日本語に翻訳し、文章で提出すること。翻訳文章は、電子データ (Word) で提出すること。
- (5) 実施後、事業全体の実施状況、SNS のリーチ数、アクセス情報、意見交換会の議事録、アンケート集計などについて把握し、検証を行い、実施報告書・効果測定書に記載すること。
 - (6) ツアー催行にあたっては、新型コロナウイルス感染症の感染防止のため、マスク着用・手指消毒・ソーシャルディスタンス・屋内での換気・検温の実施等、必要な対策を講じること。

2. 企画提案内容

(1) 招請者

本事業の目的、対象市場、ターゲット層などを十分に考慮した上で、招請するインフルエンサーを理由及び実績（フォロワー数・閲覧者数など）とともに提案すること。

(2) 招請コース

招請コースを理由及びコンセプトとともに提案すること。

(3) 企画・制作及び投稿

(ア) 情報発信に関わる以下の内容について理由とともに提案すること。

a. 投稿本数

各観光資源、体験アクティビティにつき各 1 回を最低ラインとしている。

b. 投稿内容

媒体の接触者が連携先の交通手段などを活用し、当該エリアへ旅行するように誘導する仕組み（記事内容や投稿方法等）を提案すること。

c. 全体スケジュール（事業関係者（招請者、ツアー会社、当局及び連携先）との企画調整、SNS 投稿、意見交換、アンケートを含む効果測定・検証までの一連）

(イ) SNS を活用した販売動線の確保について、前述した 1. (4) (ウ) c. の例示に加え、より効果的な手法がある場合には、その内容を理由とともに提案すること。

(ウ) SNS のリーチ数（媒体接触者数）について目標値を提示すること。なお、リーチ数合計 50,000 を最低ラインと想定している。

(4) 上記に加えて、事業目的を達成するため、より効果を上げる企画があれば提案すること。

(5) 新型コロナウイルス感染症の感染拡大による移動制限等の状況に鑑み、上記における提案に代えて、事業の目的を達成するためにより効果的な手法がある場合には、理由とともにその手法を提案すること。

二 純広告事業（事業規模：5,000 千円程度）

「一 メディア（インフルエンサー）招請事業」にて旅行専門誌等のライターが取材した招請・取材コースを基に、各観光資源等の情報をオフライン広告およびオンライン広告に掲載し、効果的な情報発信を行うこと。

1. 業務の内容

(1) 広告ターゲット

「Ⅱ. 三」に記載のターゲットとする。なお、詳細については、当局及び連携先と協議の上、決定すること。

(2) 広告媒体・広告数

広告媒体は複数とし、ターゲットに効果的に訴求できるオフライン広告数およびオンライン広告数とすること。

(3) 発行・配信内容の校正

当局及び連携先による校正の機会を2回以上設けることとし、英文に対する日本語訳を校正用に記載するとともに、原稿は電子データ（Word 形式または PowerPoint 形式及び PDF 形式）により提出すること。

(4) 発行・配信時期

「一 メディア招請事業」の進捗と調整を図ること。広告記事の内容が、旅行専門誌等のライターの取材内容を含むかどうかに応じて、発行・配信時期の目安を以下のとおりとすること。

取材内容に含まないもの：令和3年12月～令和4年1月頃

取材内容を含むもの：令和4年2月～3月頃

(5) オフライン広告については発行部数、オンライン広告については、広告配信に関わるアクセス解析を実施し、数値等を把握すること（広告配信による閲覧数、広告の表示回数、クリック数等）。また、アクセス解析の結果及び広告のPR効果について、毎月1回程度、当局及び連携先に報告すること。また、必要に応じその結果に対する改善策を実施すること。

(6) 純広告に関わる経費については、提案の中から広告手法を最終選定後、当局及び連携先と協議した上で、対象市場ごとに配分を決定すること。

(7) 事業実施後、事業全体の実施状況、オフライン広告の発行部数、オンライン広告のアクセス解析に関わる分析・検証を行い、実施報告書・効果測定書に記載すること。

(8) 記事掲載にあたっては、ステルスマーケティング対策を行うこと。

(9) 記事掲載後、記事に掲載した事実に変化が生じたときは、記事内容の修正ができるよう、必要な調整を行うこと。

(10) 「Japan. Endless Discovery.」のロゴ、キャッチフレーズ等を掲載すること。なお、ロゴのデータは、当局が業務実施時に Adobe Illustrator ファイルで提供する。

2. 企画提案内容

(1) 目標値

(ア) オフライン広告事業の目標値として、以下の項目について提示すること。

a. 広告の掲載部数

なお、広告媒体毎 3,000 部を最低ラインとしている。

(イ) オンライン広告事業の目標値として、以下の項目について提示すること。

a. 広告の閲覧数（オーガニックリーチを除いた閲覧数）

なお、広告媒体毎 4,000 回を最低ラインとしている。

b. 広告の表示回数

なお、広告媒体毎 50,000 回を最低ラインとしている。

c. クリック数

なお、広告媒体毎 5,000 回を最低ラインとしている。

d. ユニークユーザー数

なお、広告媒体毎 3,000 UU を最低ラインとしている。

(2) 上記(1)の各目標値を達成するため、対象市場及びターゲット層に向けて効果的なオフライン広告およびオンライン広告を具体的な媒体名及び掲載イメージを理由とともに提案すること。

(3) 上記に加えて、事業目的を達成するため、より効果を上げる企画があれば提案すること。

三 現地旅行会社等セールスコール事業（事業規模：1,000 千円）

「二 純広告事業」と連携し、訪日旅行を扱う旅行会社（及びメディア）にセールスコールを実施し、旅行商品造成への働きかけを行う。

1. 業務の内容

(1) 「Ⅱ. 三」に記載の対象市場に所在する訪日旅行を扱う旅行会社（及びメディア）を対象とする。

(2) 実施期間は、「二 純広告事業」による広告の完成後（令和4年1月から3月）とする。最終的には、当局及び連携先と協議の上、決定すること。

(3) 実施方法は、現地駐在スタッフによる対面の方法による訪問・商談を基本とする。ただし、実施期間における対象市場の新型コロナウイルス感染症の感染状況によっては、オンラインによる方法も可能とする。

(4) セールスコール先を選定すること。なお、決定にあたっては、当局及び連携先の確認を取ること。

(5) 円滑にセールスコールが進むよう、事前に選定したセールスコール先のアポイントメントを取得すること。

(6) セールスコールの実施時には、原則として「二 純広告事業」の成果物である広告を活用することとし、加えて連携先から提供される資料も使用すること。

(7) 事業実施後、事業全体の実施状況、ツアーの造成・販売状況、送客状況などについて把握し、検証を行い、実施報告書・効果測定書に記載すること。

2. 企画提案内容

(1) セールスコールを行う現地旅行会社等の選定の方針について、事業の目的、対象市場、ターゲット層などを十分に考慮した上で理由とともに提案すること。また、具体的な会社等について、3社程度例示すること。

(2) 効果的なセールスコールの手法について理由とともに提案すること。

(3) 目標値として、以下の項目について提示すること。

- (ア) セールスコールを行う現地旅行会社の件数
なお、対象市場合計で 20 件を最低ラインとしている。
 - (イ) 事業成果としての造成・販売ツアー件数（FIT 向けのオプションツアーなども含む）
掲載候補となるプログラムを 3 商品以上造成
 - (ウ) 造成ツアー送客数
なお、100 人（翌年度以降の送客見込数を含む。）を最低ラインとしている。
- (4) 上記に加えて、事業目的を達成するため、より効果を上げる企画があれば提案すること。

IV. 新型コロナウイルス感染症対策

1. 本業務実施にあたって、業種別に策定されている新型コロナウイルス感染症対策ガイドラインなどを遵守するとともに、政府及び自治体が発する外出・移動の自粛や営業時間短縮などの措置を十分に考慮すること。Ⅱ. 一及び三の事業においては、特に留意すること。
2. 新型コロナウイルス感染症防止対策が徹底されている事業者、観光施設等を選定すること。
3. 緊急連絡体制を整えること。
4. その他必要な対策を講じること。

V. その他留意事項

1. 当局及び連携先との緊密な連携が取れ、相乗効果が図れる体制及び企画内容とすること。
2. 各事業において、運営、管理、庶務を行うこと。
3. 事業の実施記録については、カメラや画面の保存等を用いて記録すること。
4. 本事業の業務遂行に重要な役割を果たす優れた経験及び能力を有する予定担当者を明確にし、常態的に当局及び連携先との連絡調整等を密に行えるものであること。
5. 当局及び連携先と十分な協議を行いながら事業を進めることとし、作業内容及び本仕様書の内容に疑義が生じた時には、その都度当局及び連携先と協議のうえ、その指示に従い作業を進めること。また、当局及び連携先は作業期間中いつでもその作業状況の報告（報告書の作成を含む）を求めることができるものとする。なお、本仕様書に定めのない事項については、その都度協議のうえ対応するものとする。
6. 本事業で発生した制作物等の著作権は、当局及び連携先に帰属する。
7. 本業務により得られた全著作物（第三者があらかじめ著作権を保有している図・写真を除く）について、当局または連携先は受注者及び掲載施設等の許可なく無償で使用・加工ができるものとする。
8. 本業務により得られる著作物の著作者人格権について、受注者は将来にわたり行使しないこと。また、受注者は本作品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。
9. 本業務に使用する映像、写真、その他資料等について、第三者が権利を有するものを使用する場合、第三者との間で発生した著作権その他知的財産権に関する手続や使用権料等の負担と責任は、全て受注者が負うこと。
10. 上記 6. ～ 9. の規定は、本業務の一部を第三者に委託した場合においても適用する。

受注者は、第三者との間で必要な調整を行い、第三者との間で発生した著作権その他知的財産権に関する手続や使用権料等の負担と責任を負うこと。

11. 本事業で取り扱うこととなる個人情報の管理は、適正に実施すること。
12. EU一般データ保護規則（GDPR）対象地域で実施する事業については、同規則を遵守して業務を行うこと。
13. 成果物に重大な瑕疵があった場合は、原因者において回収、修正等の必要な措置を講じること。
14. Ⅲ. 一の事業にあっては、必要に応じて旅行傷害保険に加入させる等、受注者の責任において、有事の際の補償が行われるよう手配すること。
15. 緊急時の連絡体制を構築し、必要に応じ関係者と情報を共有すること。
16. 緊急事態措置を実施すべき区域及びまん延防止等重点措置を実施すべき区域においては、各種会議、打ち合わせ等は、極力 Web 会議システムを活用し、対面で行うものは真に必要なものに限定するとともに、実施する場合も最低限の人数・時間で行うよう配慮すること。

VI. 効果測定及び成果物

一 効果測定等の実施

1. 各個別事業における目標値の達成状況、効果測定・検証を行うこと。
2. 事業実施後における効果測定及び今後の課題分析を行うこと。
(事業実施後における掲載記事等の広告換算額算定等を含む。また、SNS を活用した情報発信については、オンラインやブログ記事等のページビュー、コメント数などの測定等も含む。)

二 事業の進捗管理及び目標、成果については、所定のシステムに入力し、管理することがある。詳細については、受注決定後に当局が必要に応じて別途指示するので、対応すること。

三 実施事業におけるデータ等の還元について、別途公表している「地域の観光資源を活用したプロモーション事業」及び各種データ等還元提出フォーマットに従って、それぞれの業務毎に当局の指示する形式にてデータを納品すること。

(https://www.tb.mlit.go.jp/kanto/kankou/kankou/gaikokujin_zoudai.html)

四 成果物の作成

1. 提出物

(1) 本事業実施報告書、効果測定書及び事業概要資料（電子媒体）

当局及び連携先各1式（全9式）

※報告書等の電子データをCD又はDVDに格納し、Microsoft Word2013、Microsoft Excel2013、Power Point2013において編集可能ないずれかのファイル形式及びPDF形式の両方で保存するものとする。

※事業概要資料はA4判カラー1枚で出力できるように編集すること。

(2) 本事業実施報告書及び効果測定書（紙媒体）

当局を除き、連携先各1部（全8部）

※A4版カラー（報告書20頁程度、効果測定書10頁程度）により出力し、冊子として編さんすること。

※報告書の用紙等はグリーン購入法の判断の基準等に基づき環境負荷の低減に配慮すること。

- (3) Ⅳ. の三に記載されたデータ還元に関わるデータにて指定するデータ
※別途当局から指示する方法により提出すること。
- (4) 次のとおり成果物を提出すること。(CD または DVD に格納するものとする。)
当局及び連携先各 1 式 (全 9 式)
 - (ア) 本事業により撮影し、SNS 投稿や純広告に使用した写真の画像及び動画データ
※取材をした施設が投稿された場合は、該当施設あてに投稿情報を提供すること。
 - (イ) 本事業で投稿及び制作した確定した記事及び内容を翻訳した記事の電子データ
(Microsoft Word 2013 において編集可能なデータとすること。)
- (5) Ⅲ. 二「純広告事業」で作成されたオフライン広告が掲載された現地旅行専門誌等
当局及び連携先各 1 式 (全 9 式)

2. 提出期限

令和 4 年 (2022 年) 3 月 18 日 (金)

3. 提出先

神奈川県横浜市中区北仲通 5-57 横浜第 2 合同庁舎
国土交通省関東運輸局観光部国際観光課及び連携先が指定する場所

<連携先の推薦スポット>

別紙1

自治体	台東区	桜並木（上野恩賜公園・隅田公園・谷中霊園）、上野東照宮、浅草寺、アメヤ横丁、世界遺産「国立西洋美術館」、かっぱ橋道具街、谷中銀座商店街、江戸たいとう伝統工芸館、四季折々の祭り、隅田川クルーズ、日本文化体験（着物、和食づくり、瓦割り、人力車、伝統工芸制作）など。
	栃木県日光市	日光国立公園（日光市エリア）、鬼怒川・川治温泉、EDO WONDERLAND日光江戸村、東武ワールドスクウェア、鬼怒川ライン下り、日光花いちもんめ（苺狩り）、ウォーターアクティビティ、世界遺産「日光の社寺」、酒蔵見学、食、自然体験など。
	福島県南会津町	尾瀬国立公園田代山、屏風岩、古町の大イチョウ、高清水自然公園（ひめさゆり群生地）、前沢曲家集落、旧南会津郡役所、会津田島祇園祭、HOSHINAJO、藍染め、新そば、南会津4蔵の地酒（会津、開当男山、国権、花泉）、秘湯温泉（湯ノ花・木賊・小豆等）、会津高原4スキー場など。
	福島県下郷町	大内宿、塔のへつり、湯野上温泉、夫婦岩、観音沼森林公園、中山風穴地特殊植物群落、猿楽台地そば畑、養鱒公園憩いの広場、四季を通じた祭りやウォーキングイベントなど。
	福島県会津若松市	史跡若松城址・鶴ヶ城（桜・会津まつり・絵ろうそくまつり）、会津藩校日新館、温泉（東山温泉・芦ノ牧温泉）、飯盛山（さざえ堂）、会津清酒（酒蔵巡り）、町並みと文化・体験（七日町通り・漆器・民芸品の絵付け体験）など。
鉄道会社	東武鉄道(株)	ゆったり会津東武フリーパス、東武ツーリストインフォメーションセンター浅草、外国人向けディスカウントパス、特急リバティ、特急スペース、SL「大樹」、ザ・リッツ・カールトン日光、日光金谷ホテル、中禅寺金谷ホテル・ポートハウス、東武日光駅内施設（日光コンシェルジュ、日光市観光案内所、手ぶら観光カウンター、クレジットカード・PASMOカード対応二社一寺拝観券自動販売機、オプションツアー予約カウンター、金谷テラスほか売店）、世界遺産巡りバス・個人向けタクシーなどの2次交通、明智平ロープウェイ、新型中禅寺湖船、東武ワールドスクウェア など。
	野岩鉄道(株)	龍王峡（新緑と紅葉の渓谷美、虹見の滝、ハイキング）、道の駅湯西川（ダム湖水陸両用バスツアー）、上三依水生植物園、奥鬼怒温泉郷、川治温泉、湯西川温泉（かまくら祭り・平家大祭）、塩原温泉郷、ダム湖めぐりなど。
	会津鉄道(株)	リバティ会津・リレー号、AIZU マウントエクスプレス号、お座トロ展望列車、湯野上温泉（茅葺屋根・囲炉裏・足湯・桜）、芦ノ牧温泉駅（ねこ駅長）、会津田島駅、立ち飲み処「ちびっと」、大内宿共通割引きっぷ（個人旅行向け 列車&バス）、「猿遊号」（大内宿への二次交通）、車内の無料Wi-Fi、団体バス旅行の足休め「ちょい乗り」湯野上温泉駅⇄芦ノ牧温泉駅駅弁（牛乳屋ソースカツ丼・松茸二段弁当など）、ほろ酔い列車、ビール列車など。