



令和4年度  
地域の観光資源を活用したプロモーション事業  
事業提案の募集について

2021年9月  
国土交通省東北運輸局

# 事業提案の募集について



- 令和4年度「地域の観光資源を活用したプロモーション事業」について、本日から事業提案の募集を開始します。
- ご提出いただく書類  
事業提案書（東北運輸局のホームページに様式掲載）  
積算書（様式自由、積算額及び内訳を記載のこと）
- 提出期限：令和3年10月15日（金）17時（必着）
- 提出先：東北運輸局観光部 国際観光課  
Email: [tht-tohoku-its@mlit.go.jp](mailto:tht-tohoku-its@mlit.go.jp) ※メールでご提出ください

## <問い合わせ先>

東北運輸局観光部 国際観光課

電話(直通): 022-791-7510

E-mail: [tht-tohoku-its@mlit.go.jp](mailto:tht-tohoku-its@mlit.go.jp)

- ・ 1事業あたりの総事業費が年500万円以上のものであること。
- ・ バス、タクシー又は鉄道等の公共交通事業者を事業主体に含めること。
- ・ 県・市町村単独、DMO単体のみでの提案は不可。複数の自治体や地域の交通事業者等の民間・観光団体等が広域に連携し提案すること。
- ・ 提案者は事業主体となり東北運輸局と連携し事業を推進する。事業主体自らが受託事業者となるのではなく、受託事業者は東北運輸局が別途実施する企画競争により決定する。
- ・ 今後政府が観光コンテンツとしての活用を推進し、訪日外国人旅行者の満足度を向上させるための環境整備を行う、地域の観光資源のいずれかを含むこと。
  - ① 令和3年度版観光白書第Ⅳ部に記載のコンテンツ  
(日本博、古民家、城泊、寺泊、農泊、サイクルツーリズム、スノーリゾート、スポーツツーリズム、アドベンチャーツーリズム 等)
  - ② 国立公園 (全国34箇所)
  - ③ 世界遺産、日本遺産、文化財保護法の規定に基づく指定文化財  
(国宝・重要文化財、舞台芸術、地域伝統芸能、史跡、名勝、天然記念物、伝統的構造物保存地区 等)
  - ④ SNS等の分析から訪日外国人からの興味・関心が高まりつつある地域の魅力ある観光資源 (新たな観光資源の開拓)

# 事業費の負担割合

- ・ 事業効果が分析可能であり、分析結果をJNTOが行うデジタルマーケティング等に活用できる 事業(以下、「基幹事業」という。)について、  
**国は原則事業費の1/2を負担。**
- ・ その他の事業については、基幹事業に付随して行う事業とし、  
**国は原則事業費の1/3を負担。**

基幹事業 (1/2負担)	基幹事業に付随して行う事業 (1/3負担)
<ul style="list-style-type: none"><li>・ イベント・旅行博等出展</li><li>・ メディア招請</li><li>・ 旅行会社招請</li><li>・ 共同広告</li><li>・ インターネット(WEB・SNS)</li><li>・ 海外現地商談会</li><li>・ セミナー</li><li>・ 海外現地メディア説明会</li><li>・ トラベルマート</li><li>・ 旅行会社等セールスコール</li><li>・ 純広告</li><li>・ 映像制作</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 印刷物製作 (パンフレット、セミナー資料印刷等)</li><li>・ その他で事業類型に合致しないもの (ノベルティ、ギブアウェイ等)</li></ul>

- ① 2022年度東北ブロック方針について、留意すること。
- ② 複数の自治体や東北観光推進機構をはじめとしたDMO、民間企業等の協同による広域連携により、最大限の効果が見込める事業とすること。
- ③ ウィズ・アフターコロナの新しい旅行のトレンドに対応した事業とすること。(アウトドア、サステナブルツーリズム、富裕層旅行等)
- ④ 事業費に見合ったアウトプット及びアウトカム成果指標を設定すること。
- ⑤ 事業の目的・ターゲット・実施時期・効果等について、具体的に記載すること。
- ⑥ 他の訪日プロモーション事業との相乗効果を図ること。

本事業は「国際観光旅客税」を財源としているが、R4年度は減収が見込まれるため、本事業予算も減額となる可能性がある。  
複数の事業を提案する場合は、優先順位をつけること。

# 今後のスケジュール(予定)

時 期	概 要
9月17日(金)	事業提案の募集開始
10月15日(金)17時	事業提案の提案締切
10月20日(水)以降	東北運輸局による事業提案ヒアリング
12月中旬	令和4年度事業計画を観光庁へ提出
1月~2月	観光庁による事業計画ヒアリング、事業調整
3月上旬	内定通知、令和4年度事業の公示開始
4月以降	令和4年度事業実施(予算成立後)

# 【参考】事業区分

	個別事業区分	概要
BtoB	旅行会社招請	海外の旅行会社等の関係者を国内に招請し、ツアー造成・販売による送客を支援する事業。原則として、国内観光地の視察を伴う。教育旅行に関連した教育機関関係者の招請を含む。
	海外現地商談会	対象市場の旅行会社等の関係者(教育機関関係者を含む)を招集した商談会を現地で開催し、ツアー等造成・販売による送客を支援する事業。
	トラベルマート	訪日ツアーの造成と訪日外国人旅行の拡大を図るために、海外の訪日旅行取扱旅行会社等の責任者等を招請し、国内観光関係企業との間で、商談や情報収集を実施する、大規模商談会を開催する事業。
	共同広告	旅行会社や航空会社等と連携し、海外において特定のツアー商品の広告を行う事業。当該ツアーによる訪日外客数の増加を目的とする。
	セミナー(BtoB)	海外の旅行会社等の担当者を対象に、国内観光地等に関する説明会等を開催する事業。旅行会社担当者の国内観光地の認識が向上し、関連ツアーが積極的に販売されることを期待する。
	旅行会社等セールスコール	海外の旅行会社等を直接訪問し、国内観光地等に関する説明等を実施する事業。旅行会社担当者の国内観光地の認識が向上し、関連ツアーが積極的に販売されることが期待される。
BtoC	純広告(オフライン・オンライン)	国内観光地の広告宣伝を行う事業。対象とする地域の認知度の向上とイメージアップを目的とする。
	メディア・インフルエンサー招請	海外のメディア関係者を国内に招請し、海外でのメディア露出を支援する事業。国内観光地取材し、観光地の認知度の向上とイメージアップにつながる記事掲載やSNSによる情報発信(拡散)などを要請する。
	海外現地メディア・インフルエンサー説明会	海外のメディアを対象に訪日ツアーに関連した説明会を開催し、メディア露出を期待する事業。国内観光地の情報を提供し、認知度の向上とイメージアップにつながるテレビの放送、雑誌の掲載等を要請する。
	インターネット(WEB)	期間限定の外国人向けインターネットWebページを制作し運営する事業。国内観光地の情報を提供することで、認知度の向上とイメージアップを目的とする。
	インターネット(SNS)	期間限定の外国人向けインターネットSNSページを制作し運営する事業。国内観光地の情報を提供することで、認知度の向上とイメージアップを目的とする。
	印刷物・画像・映像	海外での配布を目的としたパンフレット、ガイドブック、動画等のツールを制作する事業。国内観光地の情報を提供することで、認知度向上とイメージアップを目的とする。
	イベント・旅行博等出展	海外で開催される旅行博・イベントへの出展・参加、または独自イベントを対象国で開催する事業。国内観光地の情報を提供することで、認知度の向上とイメージアップを目的とする。

# 【参考】事業の成果指標

	区 分	アウトプット	アウトカム	
現地旅行会社等向け事業 (BtoB)	旅行会社招請	招請人数	造成ツアー送客数、造成ツアー本数	
	海外現地商談会	参加人数、商談件数	造成ツアー送客数、造成ツアー本数、参加団体による評価(任意)、商談成約件数(任意)	
	トラベルマート	参加人数、商談件数	造成ツアー送客数、造成ツアー本数、参加団体による評価(任意)、商談成約件数(任意)	
	共同広告	媒体接触者数、掲載本数・放送回数、広告表示回数	広告掲載ツアー送客数、広告掲載ツアー本数	
	セミナー(BtoB)	参加人数、日本側の参加組織・団体数もしくは、アンケートの回収数・回収率	参加者による評価(アンケート) ※アンケートが取れない場合はアウトカム不要	
	旅行会社等セールスコール	商談・訪問件数	造成ツアー送客数、造成ツアー本数	
現地一般消費者向け事業 (BtoC)	純広告(オフライン・オンライン)	媒体接触者数、掲載本数・放送回数、広告表示回数	オフライン:アウトカム不要 オンライン:クリック数 ※可能であれば、クリック率、動画再生数、1クリックあたり経費	
	メディア・インフルエンサー招請	招請人数、招請・参加媒体数	広告費用換算額、媒体接触者数、掲載・放送媒体数、掲載本数・放送回数、掲載ページ数・放送時間	
	海外現地メディア・インフルエンサー説明会	参加人数、招請・参加媒体数	広告費用換算額、掲載本数・放送回数、媒体接触者数	
	旅行情報提供	インターネット (WEB)	制作・追加した内容を報告 新規・追加・制作・更新ページ数、コンテンツ数・サイト数	媒体接触者数(制作・更新したページを閲覧したユニークユーザー数)、直帰率(任意)、滞在時間(任意)
		インターネット (SNS)	投稿回数、投稿単価(任意)	媒体接触者数(リーチ数)、媒体接触者数(投稿表示回数(インプレッション数))、Like(いいね)数(任意)、エンゲージメント率(任意)
		印刷物・画像・映像	制作・追加した内容を報告 部数(印刷物)、枚数(画像)、本数(映像)、一部あたりの制作・追加経費(任意)、配布放映期間(任意)、言語数(任意)	制作・追加した内容を報告 部数(印刷物)、枚数(画像)、回数(映像)
イベント・旅行博等出展	ブース来場者数(業者・プレス、一般客)	アウトカム不要 ※可能であれば、参加者による評価(アンケート)		



# 【参考】事業の成果指標

## 媒体接触者数の定義

項目	指標
SNS (Facebook、Instagram、Twitter、微博・微信等)	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆リーチ数                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・投稿した記事がユーザーに到達した数(そのページを見た人数。同じ人が2回見ても1人とカウント)。</li> </ul> </li> <li>◆投稿表示回数(インプレッション数)                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・リーチ数が取得不可である場合には、下記の数値を用いる。                                     <ul style="list-style-type: none"> <li>(i) フォロワー数</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>
ウェブサイト (新聞や雑誌のオンラインサイト、ブログを含む)	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆当該記事が掲載されたウェブページを閲覧したユニークユーザー数                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・ユニークユーザー数が取得不可である場合には、下記の数値を用いる。                                     <ul style="list-style-type: none"> <li>(i) 当該記事が掲載されたウェブページのページビュー数(当該記事が読まれた回数。)</li> <li>(ii) 当該ブロガーのフォロワー数(ブログのみ)</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>
動画 (YouTube、SNS、他ウェブサイト・SNS等)	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆動画視聴者数                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・動画視聴者数が取得不可である場合には、下記の数値を用いる。                                     <ul style="list-style-type: none"> <li>(i) 動画再生回数</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>
TV (視聴者数)	<p>※いずれもネット配信による視聴回数を含むものとする。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◆放送回・時間毎の視聴者数合計                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・視聴者数が取得不可である場合には、下記の数値を用いる。                                     <ul style="list-style-type: none"> <li>(i) 放送回・時間毎の視聴率×総視聴者数(TV所持者数)合計</li> <li>(ii) 当該番組の平均視聴者数   <ul style="list-style-type: none"> <li>例えば上記数値がキー局本放送時の平均の場合、それ以外の局での放映や再放送分の回数をかけあわせることが可能。ただしキー局本放送よりも視聴率が落ちるとされる局や時間帯での放送分については、一律1/2を係数としてかけた上で合計すること。</li> <li>⇒ 例: 平均視聴者数100万人の番組: 本放送+深夜の再放送+地方局=100万人+50万人+50万人</li> </ul> </li> <li>(iii) 都市人口×当該都市の視聴者率(TV所持者率)×当該番組の視聴率</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>
ラジオ (聴取者数・リスナー) ※右記では視聴⇒聴取、TV⇒ラジオに読み替える	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆発行部数</li> </ul>
紙媒体(雑誌・新聞)	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆発行部数</li> </ul>

# 【参考】事業の成果指標

## 造成ツアー送客数、来場者等による評価について

項目	個別事業区分	指標
造成ツアー送客数 広告掲載ツアー送客数	旅行会社招請 海外現地商談会 トラベルマート 共同広告 セールスコール	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 当該事業の成果として造成・販売したツアー、航空券枚数、個人旅行者の送客、OTAでのホテル予約人数などを想定。</li> <li>● 旅行会社招請、教育旅行、クルーズ、ゴルフ、スキー等各シーズンを訴求する事業など、当該年度に事業成果を検証することが難しい場合は、翌年度以降の送客見込数を用いる。              なお、当該年度中にツアー等の造成が開始された場合は、当該年度中の実績と今後の見込数の内訳がわかるようにすること。              【例】2021年9月に事業を実施              ①実施時のアンケートで今後1年間の送客見込数をヒアリング。              ②2022年3月にそれまでの実際の送客数と今後1年間の送客見込数をヒアリング。</li> <li>● 実際の送客数を把握できることが望ましく、可能な限り、履行期限終了以降(翌年度)についても事業者から実績の聞き取りや翌年度事業としてセールスコール等にてフォローアップを行う等、成果の把握に努めていただく。</li> </ul>
参加団体等による評価 来場者等による評価	海外現地商談会 トラベルマート セミナー イベント・旅行博	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 参加団体・来場者へアンケートを行い、その評価を成果指標とする。</li> <li>● 事業の種類によって(1)、(2)のいずれかを選択 ※アンケート              (1)来場者による評価(B to B)              来場者の全体評価による             <ul style="list-style-type: none"> <li>・アンケートは4段階:満足・どちらかといえば満足・どちらかといえば不満足・不満足 等</li> <li>・上記全段階の結果を取るが、目標値は最上位45%以上とすることが望ましい。</li> <li>・「満足」以外の選択肢を選んだ場合は、理由記載を必須とするなど、事業評価の参考となる情報を収集し、改善等に役立てること。</li> </ul> </li> </ul>

## 事業提案の募集について(再掲)



- 令和4年度「地域の観光資源を活用したプロモーション事業」について、本日から事業提案の募集を開始します。
- ご提出いただく書類  
事業提案書（東北運輸局のホームページに様式掲載）  
積算書（様式自由、積算額及び内訳を記載のこと）
- 提出期限: 令和3年10月15日(金)17時(必着)
- 提出先: 東北運輸局観光部 国際観光課  
Email: [tht-tohoku-its@mlit.go.jp](mailto:tht-tohoku-its@mlit.go.jp) ※メールでご提出ください

### <問い合わせ先>

東北運輸局観光部 国際観光課

電話(直通): 022-791-7510

E-mail: [tht-tohoku-its@mlit.go.jp](mailto:tht-tohoku-its@mlit.go.jp)