

令和6年度 観光庁「特別体験事業」特別体験の提供によるインバウンド消費の  
拡大・質向上推進事業の運營業務事業者公募／質問と回答

見出しの公募に対して寄せられたご質問について、以下の通り回答させていただきます。

○質問受付期間：令和6年7月11日（木）～7月19日（金）

○質問回答日：令和6年7月25日（木）

**質問①**

運營業務委託契約と解釈されますが、その場合、本事業の対外的業務主体は観光局（神戸市）であり、本事業によるインバウンド客からの収益は観光局が徴収するという建て付けになるのでしょうか。そうであれば、受託者は最終報告書の検収が完了するまで自費負担しなければならないということになるのでしょうか。言い換えれば受託者は本事業に関わることでゲストからの収益を上げることはできないということでしょうか。

**回答①**

受託者がツアー代金を都度収受し各事業者と精算を行いますので自己負担はございません。ゲストから収益を上げる事ができます。

**質問②**

別紙参照にある特別ツアー通りの旅程を守らなければならないのでしょうか。15:30に餃子を食べて18:30に夕食は豪華感を損なうだけでなく、無理があると想定されます。

『神戸ビーフの部位毎に合う日本酒とのペアリング』とありますが、このプレゼン企画も委託業務に含むのでしょうか。その場合 観光局（神戸市）の主催名目で行った場合、蔵元選定の公平性を担保する必要があるのではないのでしょうか。

**回答②**

旅程はツアーに参画する事業者の都合に合わせて設定していますので、今回の公募による変更はできません。餃子については、夕食があることを前提に軽食として提供する予定です。

『神戸ビーフの部位毎に合う日本酒とのペアリング』については、料理を提供するホテルのシェフが神戸ビーフの部位に合う日本酒を選定することが自然であると考えております。

**質問③**

宿泊ホテルが神戸メリケンオリエンタルホテルとありますが、ゲストの意向に委ねることはできるのでしょうか。場合によっては大阪あるいは京都に帰ると言う選択肢もあります。神戸市の夜景を望む通常非公開の部屋とは神戸メリケンパークオリエンタルホテルにしかないものなのでしょうか。通常非公開の場所とはどの部分にあたるのでしょうか。言い換えれば神戸メリケンパークオリエンタルホテルのみが特定されている理由はお教えいただきたいです。さらに、六甲山牧場、餃子体験会場、ホテル事業者への支払いは事業主体である観光局がゲストの支払いをまとめて受けてここに支払うのでしょうか。

**回答③**

本事業は、観光庁の「特別な体験の提供等によるインバウンド消費の拡大・質向上推進事業」の二次公募に、神戸観光局が申請し採択された事業内容・行程となっているため、今回の公募提案による旅程の変更はできません。

本事業を企画した目的は、海外で圧倒的な知名度を誇っている神戸ビーフに関わるコンテンツを凝縮したツアーを、牧場見学、餃子づくり、非公開の部屋での食事といった観光庁の補助事業の主旨に合う「特別な体験」として組み込むことにより、さらなるインバウンドの誘致・神戸での宿泊につなげることです。

神戸メリケンパークオリエンタルホテルには、通常販売をしておりませんが、特別なゲスト対応で神戸ビーフの鉄板焼き等の料理を提供できる非公開の部屋があり、そこでの食事・宿泊を含めた行程が、「特別な体験の提供」として採択されていますので、ホテルを変更することはできません。

各事業者への支払いは、コンテンツ代金を収受する受託事業者が予め決めた支払いタームで支払う事になります。

**質問④**

ここにある業務経費は対外的に支出したもののみ認められるのでしょうか。それとも人件費も参入可能と考えてよろしいのでしょうか。

**回答④**

人件費は、別途公募要項・仕様書に追記しましたのでご参照ください。

**質問⑤**

体験コンテンツ・イベント造成業務（上限額 200 千円）について、別紙参照にある造成済コンテンツを変更してよろしいでしょうか。

**回答⑤**

本事業は、観光庁の「特別な体験の提供等によるインバウンド消費の拡大・質向上推進事業」の二次公募に、神戸観光局が申請し採択された事業内容・行程となっているため、今回の公募提案による旅程の変更はできません。

**質問⑥**

プロモーション および 広告宣伝（上限額 2,000 千円）について、ビデオ作成などで六甲牧場やオリエンタルホテルの協力を無償で得ることは可能でしょうか。

**回答⑥**

各事業者プロモーション・広告宣伝の協力を依頼することは可能ですが、無償で協力が得られるかは、内容により事業者と協議が必要です。

**質問⑦**

1 名当たり 100 千円～150 千円とありますが、この内訳には宿泊費、通訳ガイド料を含んでいるのでしょうか。

オペレーション業務にはツアー当日のアテンドさらには必要に応じて英語ガイドの動向と記載されております。これらの費用も『事業費』対象として契約完了まで受託者の負担になるのでしょうか。ちなみに富裕層客がストレスを感じることがないように迎えるにはネイティブガイドが優先され、日本人ガイドでも時給換算で最低で 5 千円以上の通訳ガイドが業界通念上必要になります。

**回答⑦**

内訳には牧場体験代、餃子体験及び食事代、宿泊代、神戸ビーフの食事と日本酒のペアリング代、ガイド代を含んでいます。

現地からガイドが帯同してくるケース（こちらでガイドの用意が不要）も想定していますが、ガイド代を含めた販売価格が見合わない場合、価格を調整することは可能です。

#### 質問⑧

調査項目はなんですか 当局への報告内容とはどのようなイメージを持てばよろしいのでしょうか。窓口業務やツアー同行アテンドも含め常時、この委託事業に専従員を置く必要があると想定されますが、そのための人件費を見積もりに計上しても構わないでしょうか。またその際の上限額はあるのでしょうか。

#### 回答⑧

(調査項目はなんですか 当局への報告内容とはどのようなイメージを持てばよろしいのでしょうか。)

調査項目について、当体験コンテンツに実際に参加した訪日外国人旅行者の動向やそれによる効果等(国・地域別誘客数、国・地域別費目別旅行消費額、日本国内における訪問地及び滞在日数、満足度・再訪意向・推奨意向、地域への経済波及効果等)の調査・アンケートを必ず実施してください。

調査の成果を最大化させるため、最低限実施すべきアンケート項目を事務局から提供しますので、必ず参加者に対してアンケートを行ってください。必須調査項目は、参加した外国人でも在日か訪日か、更にどの国・地域から来訪しているか、日本滞在期間中の消費額、当該事業での消費額など訪日外国人の動向を明らかにする項目と、訪日外国人参加者による事業に対する評価等です。

アンケートの回収数は全員を目指し、アンケートの回収数を伸ばすための工夫を行ってください。

また、報告内容には本事業を来年度以降より効果的に実施していくための、分析・提案を盛り込むようお願いします。

上記を達成するためのご提案をお願いいたします。

(窓口業務やツアー同行アテンドも含め常時、この委託事業に専従員を置く必要があると想定されますが、そのための人件費を見積もりに計上しても構わないでしょうか。またその際の上限額はあるのでしょうか。)

7月17日に委託人件費を追記しました(上限 3600 千円です)。この中に、当事業を円滑に推進するための日々のオペレーション費(各旅行会社や業者等との相談や予約、清算業務が含まれています)。

### 質問⑨

日本語および現地の公用語により業務上の交渉が可能な語学力を有していること、とありますが、想定されているターゲットの国や地域と想定される理由となるデータの情報をお教えいただきたいです。

### 回答⑨

#### 【ターゲット国】

東アジア（韓国・中国・台湾・香港）

東南アジア（シンガポール・マレーシア・インドネシア・マレーシア・ベトナム）

欧米豪（アメリカ・オーストラリア・イギリス・フランス）

基本、世界各国の富裕層をターゲットとしています。

上記ターゲット国の中で、重点的に集客するエリアを選んでプロモーション・販路拡大を行っていただくことが可能です。その際に必要な言語の語学力を有した人材を確保してください。

東アジア　：台湾・香港・韓国・中国に関しては、訪問者が多く SNS での情報発信も多数。

東南アジア：インドネシア・マレーシアはムスリムマーケットに対し、日本最古のモスク等ムスリムフレンドリー神戸が定着化してきているため。

欧米豪　　：食文化に関心が高く、物事の背景を探究するのが好きな国民性と、ワイン愛好家が多く、日本酒との飲み比べに関心が高い。

**質問⑩**

販売目標人数と販売額の目標以外の KPI や評価基準、効果的だった成功事例と調査方法があればお教え いただきたいです。

**回答⑩**

本事業では、委託事業者に円滑な業務運営、プロモーション・販路構築による販売目標人数（180名）の達成、効果測定による本事業の評価・分析を求めています。

KPI や本事業で達成すべきことは下記に記載します。

<当事業 KPI>

(実施する事業内容)

- ・ 通常立ち入り禁止エリアの六甲山牧場但馬牛舎の見学を実施。
- ・ 神戸ビーフと灘五郷の日本酒とのペアリングコンテンツの提供。
- ・ 通常非公開のホテル内隠れ部屋をこの実施期間だけ公開。
- ・ 上記プログラムを旅行商品として造成販売（販売目標：180人）
- ・ 上記プログラムを通常の約5倍(約150,000円)で販売。

(結果目標)

- ・ 神戸市内宿泊者 180人泊
- ・ 核施設の入場者 180人
- ・ ツアー参加者による SNS 関連への投稿：参加旅行者の30%

「効果的だった成功事例と調査方法」については質問の範囲が広く、お答えしかねます。

**質問①**

コンテンツとスケジュールまで決まっていますが、特に、この事業やコンテンツに決まった経緯や背景の詳細、これまでの取り組みと比較して今回の事業に求められる新しい要素をお教えいただきたいです。

**回答①**

本事業は、観光庁の「特別な体験の提供等によるインバウンド消費の拡大・質向上推進事業」の二次公募に、神戸観光局が申請し採択された事業内容・行程となっているため、今回の公募提案による旅程の変更はできません。

本事業を企画した目的は、海外で圧倒的な知名度を誇っている神戸ビーフに関わるコンテンツを凝縮したツアーを、牧場見学、餃子づくり、非公開の部屋での食事といった観光庁の補助事業の主旨に合う「特別な体験」を組み込むことにより、さらなるインバウンドの誘致・神戸での宿泊につなげることです。

今回の公募では、新たな旅程やコンテンツ等の企画を求めるものではなく、仕様書の業務内容に記載のとおり、円滑な業務運営、効果的なプロモーション手法、販路の構築・拡大等の提案を求めるものです。

**質問②**

コースを変更できる可能性はありますか？もし変更できる可能性がある場合、検討されていた候補あればお教えいただきたいです。

**回答②**

本事業は、観光庁の「特別な体験の提供等によるインバウンド消費の拡大・質向上推進事業」の二次公募に、神戸観光局が申請し採択された事業内容・行程となっているため、今回の公募提案による旅程の変更はできません。

**質問⑬**

今回の企画の大元の課題は何でしょうか。訪日インバウンド者数を増やし神戸ビーフを食していただく事で神戸市のどんな課題が解決できると良いかをお教えいただきたいです。

**回答⑬**

現状、京都や大阪といった近隣都市に比較して、神戸は観光地としての知名度が低く、宿泊客が少ないことが課題なっています。

本事業を企画した目的は、海外で圧倒的な知名度を誇っている神戸ビーフに関わるコンテンツを凝縮したツアーを、牧場見学、餃子づくり、非公開の部屋での食事といった観光庁の補助事業の主旨に合う「特別な体験」を組み込むことにより、さらなるインバウンドの誘致・神戸での宿泊につなげることです。

**質問⑭**

今回の企画はどの事業者が作られたものでしょうか。去年は、【命のビザの到達点・神戸北野】ユダヤ人が暮らした軌跡を辿るコンテンツ造成事業、で採択されていますが、去年の結果、実施した事業者と企画を変えられた理由をお教えいただきたいです。

**回答⑭**

本事業は、観光庁の「特別な体験の提供等によるインバウンド消費の拡大・質向上推進事業」の二次公募に、神戸観光局が申請し採択された事業です。

本事業を企画した目的は、海外で圧倒的な知名度を誇っている神戸ビーフに関わるコンテンツを凝縮したツアーを、牧場見学、餃子づくり、非公開の部屋での食事といった観光庁の補助事業の主旨に合う「特別な体験」を組み込むことにより、さらなるインバウンドの誘致・神戸での宿泊につなげることです。

前年度の実施事業との関連はありません。