

「わん旅ぐんま」FAMトリップ等実施業務委託 仕様書

I 業務名称

「わん旅ぐんま」FAMトリップ等実施業務委託

II 実施期間

契約締結日～令和9年3月31日

III 業務の趣旨・目的

都心からアクセスの良い群馬県は、癒やしの「温泉」、豊かな「自然」、新鮮な「食」など、愛犬と飼い主の双方が癒されるリトリートの要素を満たしており、犬連れ旅行に最適な場所である。

群馬県では、ペット市場という新たなマーケットを取り込み、観光市場の拡大と長期滞在化・高付加価値化につなげるため、令和6年度は市場調査・研究や専用ウェブサイト構築を、令和7年度はモニターツアーの実施と効果検証、旅行に関するしつけ・マナー普及啓発のためのマナーブック作成・配布を行い、受入体制整備を進めてきたところである。

令和8年度は3か年計画の最終年度であり、これまでの事業の成果を県内へ波及させ、事業者同士の横のつながりを構築し、地域の自走化を前提とした継続的な誘客促進の仕組みづくりとその実現を目的に実施するものである。

【コンセプト】



わん旅ぐんま

GUNMA: Your Dog-Friendly Escape

～愛犬との初めての旅行先なら、群馬県～

首都圏をターゲットに、「愛犬と初めての旅行＝群馬県」というイメージを浸透させ、リピーター化を図ること。また、愛犬家にドッグフレンドリーなエリアとして認知されること。

【群馬県におけるドッグツーリズム推進のための事業計画（3か年）】

令和6年度：調査研究、情報発信のための基盤整備

令和7年度：モニターツアー実証事業・効果検証

令和8年度：地域への波及 ※今回

IV 事業の内容

1 「わん旅ぐんま」誘客促進事業

(1) 誘客促進事業

愛犬家にドッグフレンドリーなエリアとして認知され、個人を対象とした継続的な誘客が期待できるような仕組みを企画し、提案すること。さらに、県と相談の上、提案した企画に対するテストマーケティングを行い、下期に一般向けに展開すること。なお、展開する内容については、令和9年度からは県が主導せず、民間主導の継続的な取組として自走化できるものとする。また、自走化につなげるため、ペットツーリズムに意欲的な県内事業者と連携すること。詳細は以下のとおり。

①現地視察

以下の者を招請して、県内においてペットツーリズムの取組を行っている地域を視察すること。

- ・ペット業界の有識者やペットツーリズム事業者など、ペットツーリズムに関する深い見識と経験を有し、商品造成や継続的な誘客促進の仕組みづくりが期待できる者 1名以上
- ・ペットツーリズムに意欲的な県内事業者 3名以上

②企画検討会議の実施

地域の事業者へのヒアリングを実施のうえ、継続的な誘客促進の仕組みづくりのための企画を検討すること。以下に企画例を記載するが、自由提案とする。

(企画例)

定期的なドッグイベントの開催や各事業者の受入状況の可視化等

③企画提案(8月)

②で検討した企画について、県と相談のうえ実現可能性について再度検討し、練り上げること。

④テストマーケティング(8月～9月)

企画のテストマーケティングを行い、ペットツーリズム専門家による評価を受けて、企画を磨き上げること。

⑤一般展開(10月以降)

磨き上げた企画について、一般向けに展開し、効果検証を行うこと。

⑥インフルエンサー・メディア向けFAMトリップ(10月以降)

ペット情報メディアやインフルエンサー等10名以上を招請し、⑤で造成した「継続的な誘客促進のための仕組みづくり」における「わん旅ぐんま」の魅力をプロモーションすることを目的としたFAMトリップを1回以上開催すること。

対象	ペット情報メディアやインフルエンサー等
招請人数	10名以上
実施回数	1回以上 (1回目は⑤と連動させること。なお、展開内容がFAMトリップにそぐわない場合には、関係しない行程でもよい。また、2回目以降実施する場合には、⑤に関係しない行程でもよい。)
行程	群馬県内1泊2日
移動手段	愛犬連れの旅行に配慮したバスもしくは自家用車

・ペット情報メディア及びインフルエンサーについては、拡散力を多く有し、愛犬との旅行情報に特化した者が望ましい。

- ・インフルエンサーは、1アカウントあたりのフォロワー10,000人以上を有する者とする。
- ・SNSに投稿する場合には、可能であれば動画投稿とフィード投稿の2つを実施すること。投稿に際しては、「#わん旅ぐんま」のハッシュタグを必ず付けるように調整すること。
- ・参加者の情報発信の状況について取りまとめを行い、効果検証を実施すること。
- ・⑥の実施内容によるが、行程にはできるだけ「群馬ならではの体験コンテンツ※」を含めること。
※「温泉」「自然」「食」など、リトリートの要素を持つコンテンツ。
(例)果物狩り、山遊び、川遊び、雪遊び、地形を活用したドッグランなど
- ・実施前後で効果検証のためのアンケート調査を実施すること。

(2)その他誘客促進のための施策

旅行商品造成など、その他本事業に関して追加の施策があれば、提案すること。

(3)報告書の提出等

(1)(2)で実施した内容を「誘客促進事業実施報告書」として取りまとめて、県に提出すること。詳細は以下のとおり。

- i (1)の実施内容、効果検証
 - ・効果検証においては、できるだけ数値化して示すこと。
- ii (2)の実施内容、効果検証、アンケート調査結果と分析
 - ・効果検証においては、メディア・新聞等の掲載記事や参加者のSNS等での情報発信状況について取りまとめること。できるだけ数値化して示すこと。
- iii 記録写真、動画の撮影とデータの納品
 - ・(1)⑥においてはプロのカメラマン等を手配し、撮影された動画や写真については、県が活用できるように肖像権等権利関係の調整を行うこと。

2 セミナーの開催

ペットツーリズムの推進を目的に、以下セミナーを開催すること。

(1)ペットツーリズムセミナー第1回

時期	7月までに1回
場所	県庁32階 NETSUGEN セミナースペース ※使用料は無料、会場の手配は県が実施する。
内容	<p>①観光・ペットツーリズム事業者向け(午前) 高付加価値化のための取組・事例紹介、犬との接し方や喜ばれるサービス(ドッグフレンドリー)講習、ペットの救急救命講習など</p> <p>②市町村・観光協会向け(午後) 先進的な地域における事例の紹介や事業効果など</p> <p>・①②は、午前と午後で分けて開催すること。①②両方の参加を希望する参加者がいれば、対応できるように調整すること。</p> <p>・①②の各セミナー終了後、講師による個別相談会(予約制)を調整すること。</p> <p>・事業者同士のつながりが構築できる仕掛けを取り入れること。</p>

(2) ペットツーリズムセミナー第2回

時期	11月までに1回
場所	県庁32階 NETSUGEN セミナースペース ※使用料は無料、会場の手配は県が実施する。
内容	・ペットツーリズムの推進に必要と思われる内容を幅広く紹介すること。 ・事業者同士のつながりが構築できる仕掛けを取り入れること。 ・セミナー終了後、講師による個別相談会(予約制)を調整すること。

3 「愛犬のごはん」をフックにした誘客促進のための企画

愛犬家の関心の高い「愛犬のごはん」をテーマに、誘客促進のための企画を1つ以上提案し、実施すること。以下は参考例として記載するが、自由提案とする。なお、講師を選定する場合は獣医師やペットフードの専門家が望ましい。

(参考例)

①【一般向け】愛犬の手作りごはん教室

愛犬の健康に配慮し、県産品を活用したレシピを学ぶ「愛犬の手作りごはん教室」(参加料徴収型)を2回以上開催する。

②【観光事業者向け】オリジナルメニュー開発教室

高付加価値化を目的とし、宿泊施設や飲食店を対象に、愛犬向けのオリジナルメニュー開発を支援するための教室を開催する。

③【観光事業者向け】群馬県の食材を生かした愛犬向けレシピ開発とプロモーション

高付加価値化を目的とし、群馬県の食材を生かした愛犬向けレシピを3個以上開発する。レシピは県内観光事業者に周知し、あわせて効果的なプロモーションを行う。

4 情報発信

(1) ショート動画制作

YouTube 用のショート動画を 10 本以上制作すること。

【投稿媒体】県公式 YouTube チャンネル「tsulunos」

【規格】フル HD(1080×1920 もしくは 1920×1080)

【出力】mp4 形式、1080pHD 以上

【撮影機材】上記に耐えうるものを使用し、プロのカメラマン及びディレクターを手配すること。

【内容】

- ・県内施設・コンテンツの紹介とし、モデル犬を手配すること。1(1)と連動する内容が望ましい。
- ・ショート動画10本以上のうち、テレビ CM 等としても使用できるものを1本以上制作すること。
(横型・15 秒もしくは 30 秒)
- ・ショート動画10本以上のうち、SNS 広告としても使用できるものを3本以上制作すること。
(縦型・15 秒もしくは 30 秒)
- ・ショート動画10本以上のうち、1泊2日の旅程として紹介する内容の動画を1本以上制作すること。
(縦型・45,60,90 秒)
- ・群馬県職員の内製では到底作りえない、高クオリティな動画を制作すること。

(2)特集記事

本業務委託で実施する事業(1「わん旅ぐんま」誘客促進事業、3「愛犬のごはん」をフックにした誘客促進のための企画等)から1つを選択し、写真付きの特集記事として紹介すること。

- ・掲載先:ペットツーリズム公式サイト「わん旅ぐんま」(県観光公式サイト「観光ぐんま」)内「特集」
- ・文字数:以下リンクと同程度とする。

犬が感じる「ストレス」、そのサインや対処、解消法とは | 特集一覧 | 心にググっと観光ぐんま
(<https://gunma-kanko.jp/features/265?q%5Btags id in%5D%5B%5D=52>)

(3)モデルコース

1(2)の内容について、写真付きのモデルコースを制作すること。

- ・掲載先:ペットツーリズム公式サイト「わん旅ぐんま」(県観光公式サイト「観光ぐんま」)内「モデルコース」
- ・文字数:以下リンクと同程度とする。

柴犬岳と行く！春の群馬～花と温泉、自然をめぐる旅 | モデルコース一覧 | 心にググっと観光ぐんま
(<https://gunma-kanko.jp/courses/23>)

(4)都内イベントへの出展

首都圏からの誘客を図るため、ペットツーリズムと親和性の高いペットイベントに出展する。なお、内容は「わん旅ぐんま」における県内の魅力的なスポットの紹介と、令和7年度に県が制作した「愛犬とお出かけノート」の配布を中心とする。また、イベント当日は県職員が2～3名スタッフとして稼働を予定しているため、それを前提とした人員配置を行うこと。

なお、装飾は以下ものとし、「わん旅ぐんま」のロゴを入れたデザインで新たに制作すること。そのほかに必要と考えるもの(ポスター、チラシや配布用ノベルティ等)があれば、自由に提案すること。

(必須)のぼり 2枚以上、テーブルクロス 2枚以上

5 その他

その他、本事業に関して追加の施策があれば、自由に提案すること。

V 成果物

以下のものを、県が指定する期日までに納品すること。

- ①各事業に関する実施報告書(データ及び紙媒体5部)
- ②各打合せの議事録(各打合せ終了後、1週間以内に作成し甲に共有すること。)
- ③本業務の中で撮影した動画及び静止画データ一式
- ④本事業に使用したデザインデータ一式(ファイル形式:PDF 及び AI)

※付随する独自フォント及びアウトライン化前後のデータを含む。既存素材の使用についても、必要な調整を行い納品すること。

- ⑤その他、本業務により発生した成果物

なお、本業務における制作物、成果物の所有権及び著作権は、原則としてすべて県に帰属する。ただし、企画提案者が本業務以前から所有していた所有権及び著作権については、県と協議のうえその帰属先を決定する。当業務で収集した素材や制作した動画について、県が実施する他のプロモーションで

二次利用できるよう、権利関係の調整を行うよう努めること。

VI 実績報告

業務終了後に、事業内容、参加者数、事業の記録写真、本事業の製作物一覧及び経費の収支等をまとめた「実績報告書」を、速やかに県に提出すること。

VII その他

(1)「4 事業の内容」に記載した事業の執行、労務管理及びその他本委託事業に関連した事業の遂行にあたり、関係法令を遵守し、諸手続を行うものとする。

(2)仕様書に記載のない事項及び内容の詳細について、また、業務上疑義が生じた場合は、県に協議のうえ、決定するものとする。

(3)本事業により作成された成果物に関するすべての権利は、県に帰属する。

(4)企画提案者は、本業務の履行にあたり自己の責めに帰すべき事由により県もしくは参加者、その他の第三者に損害を与えたときは、その損害を賠償しなければならない。なお、損害賠償責任保険に加入するなどし、事故発生時等に備えること。