

## 地域共創型広島空港アクセス強化事業プロモーション業務仕様書

本仕様書は、広島空港振興協議会（以下「協議会」という。）が「地域共創型広島空港アクセス強化事業プロモーション業務」の受託者を公募するに当たり、基本的事項について定めるものである。

### 1 業務の目的

本業務は、国土交通省が実施する「令和7年度共創モデル実証運行事業」において事業採択された「地域共創型広島空港アクセス強化事業（以下「事業」という。）」<sup>※1</sup>の実施にあたり、事業の実施主体が個々に実施するプロモーション活動との連携を図りながら、WEB・SNS等を活用した効果的かつ戦略的な広報、広告、プロモーション等を展開することにより、福山市・尾道市の観光誘客を促進するとともに、実証運行期間<sup>※2</sup>における実証運行路線（福山・尾道）の認知度向上及び利用促進、並びに当該期間終了後の各路線の自走化を後押し、もって広島空港の利用拡大を図るものである。

※1 事業内容は別紙1を参照

※2 実証運行期間は令和7年10月～令和8年1月までの4か月間を予定。実証運行終了後は、その運行結果を踏まえ、運行事業者が自主運行の可否を判断。

### 2 業務予算額

15,000,000円（取引に係る消費税及び地方消費税の額を含む）

### 3 業務の期間

契約締結の日から令和8年2月13日までとする。

### 4 業務の内容

(1) KPI（路線の認知度向上と利用促進に係る指標）

#### ① 実証運行事業

ア 福山路線（乗合タクシー〈新規〉）

一便当たりの乗客数：3.5人／便<sup>※3</sup>

イ 尾道路線（乗合タクシー〈でべライナー〉）

一便当たりの乗客数：2.8人／便<sup>※3</sup>

※3 実証運行期間の最終月（R8.1月）における利用者数の平均値とする

#### ② 利用者・観光客数

ア 広島空港の利用者数

前年同期比＋7%

イ 福山市の観光客数

前年同期比＋7%

ウ 尾道市の観光客数

前年同期比＋7%

## (2) 取組方針

### ア 目論見（仮説）

K P I の達成に向けた課題を明らかにし、その課題解決に向けた具体的な目論見（仮説）を立てた上で、購買行動モデル（A I S A S）に基づく各取組を、時機を逸することなく戦略的かつ効果的に実施すること。

### イ P D C A

目論見（仮説）に基づき、取組ごとに計測可能なアウトプット指標を設定した上で、業務期間中も定期的に各アウトプット指標を検証・分析することにより P D C A サイクルを適切に回し、当初の目論見からの変調を具に発見し取組の早期改善につなげるなど、実効性を意識した業務マネジメントを徹底すること。

### ウ 事業主体との連携

事業主体（実証運行主体、（一社）福山観光コンベンション協会、（一社）尾道観光協会、（一社）しまなみジャパン、全日本空輸(株)、日本航空(株)）と連携し、事業主体のオウンドメディアなどを活用した取組も検討すること。

## (3) 各路線の現状課題及び実証運行の概要並びにターゲット

路線	現状課題及び実証運行の概要	ターゲット
福山	<p><b>【現状課題】</b></p> <p>コロナ禍前よりリムジンバスが運行されているが、コロナ禍後、運行事業者の運転手不足等に伴い、バスの運行ダイヤの見直し（12→6往復/日）を余儀なくされ、航空便（羽田便）との接続における空白時間帯が複数発生したことにより、この時間帯における福山方面の空港アクセスの利便性が低下している。</p> <p><b>【実証運行の概要】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・リムジンバスの空白時間帯を中心に、リムジンバスとは別に乗合タクシーによる定時定路線運行（10往復程度/日で事前予約も可）を新たに行い、空白時間帯の解消を図る。</li> <li>・加えて、「目的地への直行」や「宿泊施設等への手荷物配送」なども展開し、観光促進にもつなげる。</li> </ul>	<p><b>【メインターゲット】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 観光目的・首都圏・女性・20～60代</li> </ul> <p><b>【サブターゲット】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ ビジネス目的・首都圏・男性・40～50代</li> <li>➤ 羽田、成田便を利用する欧米豪・F I T（海外個人旅行者）・台湾</li> </ul>
尾道	<p><b>【現状課題】</b></p> <p>コロナ禍前より乗合タクシー（でべライナー）が運行されているが、コロナ禍後、運行事業者の運転手不足等に伴い、運行方法について、定時定路線運行（4往復/日）からデマ</p>	<p><b>【メインターゲット】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 観光目的・首都圏・夫婦・40～50代</li> </ul>

<p>ンド運行（WEB 事前予約）へと変更を余儀なくされたことにより、事前予約が必須となったことから、尾道方面の空港アクセスの利便性が低下している。</p> <p><b>【実証運行の概要】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・乗合タクシーの運行形態について、現在の1社による単独運行から、複数事業者による共同運行にすることにより、これまで1社では運転手不足等で実施できなかった、定時定路線運行による増便等を実現し、利便性の向上を図る。</li> <li>・加えて、「目的地への直行」や「宿泊施設等への手荷物配送」なども展開し、観光促進にもつなげる。</li> </ul>	<p><b>【サブターゲット】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ ビジネス目的・首都圏・男性・男性・20～50代</li> <li>➤ 羽田、成田便を利用する欧米豪・F I T（海外個人旅行者）・台湾</li> </ul>
---	---

#### （４）取組内容

K P I の達成に向けて、上記2の業務予算の範囲内において、取組成果の最大化の観点から、下記①～⑥に掲げる購買行動モデル（A I S A S）等に基づく各取組について、戦略的かつ効果的に組み合わせて実施すること。

##### ① Attention（注意喚起）

ターゲット層に福山・尾道の観光地としての魅力やそのアクセス手段としての実証運行路線の存在を認知してもらうための施策を実施。

##### ア オンライン施策

WEB 広告（Google、Yahoo など）や SNS 広告（Facebook、Instagram、Twitter、YouTube など）を活用して、目を引くビジュアルやキャッチコピーを用いたディスプレイ広告やバナー広告を配信し、実証運行路線の利便性を訴求する。

##### イ オフライン施策

空港や駅等にポスターやデジタルサイネージ等を掲出。

##### ②Interest（興味喚起）

ターゲット層が、福山・尾道への観光と、そのアクセス手段としての実証運行路線の利用方法やその利便性に興味を持つようなコンテンツを提供。

##### ア コンテンツ制作

福山・尾道の観光地としての魅力や、実証運行路線の利用方法及び利便性を分かりやすく伝える短編動画や記事、投稿等を制作し、SNS や航空会社のオウンドメディア等に配信・掲載。

##### イ インフルエンサーの活用

旅行関連のインフルエンサーを起用し、福山・尾道での観光の様子や実証運行路線を利用した体験談を SNS で発信。

##### ③Search（検索促進）

ターゲット層が、福山・尾道や実証運行路線について更に調べたいようになるよう、検索行動を促進。

#### ア 専用ウェブページの作成

(ア) 福山・尾道の観光に関する情報や実証運行路線に関する情報（アクセス手段、料金、時刻表など）を詳細に掲載した特設ページを制作。

(イ) WEB 広告（Google、Yahoo など）を活用したリスティング広告を実施し、特設ページへの流入を促進。

#### ④Action（行動喚起）

ターゲット層が実際に福山・尾道を訪れ、実証運行路線を利用する行動を促進。

#### ア オンライン割引キャンペーンの実施

(ア) 実証運行路線の利用者に向けた期間限定の割引クーポン等の特典を提供。

(イ) 上記（ア）のクーポンの取得や利用をオンラインで簡単に行える仕組みを提供。

#### イ 予約・利用の簡便化

実証運行路線の予約・購入が簡単にできるリンクやアプリ等のダウンロードを促進。

#### ウ イベントの企画・運営

(ア) 観光客を対象とした体験型イベント（サイクリング体験ツアー等）の実施。

(イ) 空港内でのキャンペーンブースの設置やノベルティの配布。

#### ⑤Share（共有促進）

利用者が福山・尾道観光や実証運行路線利用の体験を共有することで、更なる認知拡大を図る。

#### ア SNS 投稿キャンペーン

ハッシュタグを用いた投稿キャンペーンを実施し、投稿者に特典を提供。

#### イ 口コミ拡散の促進

(ア) 利用者の体験談を基にした SNS 投稿やレビューを公式アカウント等でリポスト。

(イ) 利用者の写真や動画を集めたコンテンツを制作。

#### ⑥利用者アンケート

実証運行路線の利用者の属性や運行課題等について把握するため、実証運行期間中、利用者等を対象としたアンケートを実施。

## 5 成果品及び提出期限

業務実施報告書（任意様式） 紙媒体及び電子データ〔提出期限：令和8年2月13日〕

## 6 契約に関する条件等

### (1) 再委託

受託者は、協議会の承諾を得なければ、本業務の一部又は全部を第三者に再委託することはできない。また、協議会により再委託が承諾されたときは、受託者は再委託先に対して、本業務に係る

一切の業務を順守させるものとする。

## (2) 業務の履行に関する措置

受託者は、本業務（再委託した場合を含む。）を通じて知り得た情報を機密情報として扱い、契約の目的以外に利用し、又は第三者に提供してはならない。また、本業務に関して知り得た情報の漏えい、滅失、き損の防止、その他適正な管理のために必要な措置を講じなければならない。契約終了後もまた同様とする。

## (3) 個人情報の保護

受託者は、本業務（再委託した場合を含む。）を履行する上で、個人情報を扱う場合は、広島県個人情報保護条例（平成 16 年 12 月 17 日広島県条例第 53 号。）を遵守しなければならない。

## (4) 成果品の利用

本業務による成果品の著作権は、協議会に帰属するものとし、また協議会は、本業務の成果品を自ら使用するほか、本業務の趣旨に照らして適正と判断される場合は、第三者に本業務の成果品の使用を許諾できるものとする。

## (5) 貸与資料

協議会は、受託者の求めに応じて、提供が可能と認められる各種資料を受託者に貸与する。貸与・提供のない資料については、受託者がその責任のもとにこれを収集するほか可能な方法で業務を進める。

受領した資料等は取り扱いに注意し、協議会の許可なく公表・使用はできないものとする。受託者は、業務終了後に貸与された資料を返却しなければならない。

## 7 留意事項

(1) 受託者は、協議会と連絡調整を充分に行い、円滑に業務を実施すること。

(2) 協議会は、業務実施過程において本仕様書記載の内容に変更の必要が生じた場合、受託者に仕様変更の協議を申し出る場合がある。この場合、受託者は、委託料の範囲内において仕様の変更に応じること。

(3) 受託者は、業務実施過程で疑義が生じた場合は、速やかに協議会に報告、協議を行い、その指示を受けること。