

観光マーケティング プラットフォーム導入運営事業

業務仕様書

1. 事業の目的と背景

令和 6 年能登半島地震および同年 9 月の能登半島豪雨の影響により、石川県内の観光産業は大きな打撃を受けた。創造的復興の一環として、県全体で観光産業を盛り上げ、将来に向け持続的に発展させていくための新たな取組が必要とされている。その柱となる施策の一つが「デジタルマーケティングの推進」であり、デジタルツールを積極的に活用したマーケティングやプロモーションを展開していくことで、観光分野の DX（デジタルトランスフォーメーション）を加速させる方針が掲げられた。また、コロナ禍以降の新たな旅のスタイルや多様化する旅行者ニーズに対応し、各地域の特性を活かした魅力的な観光地づくりを進めるには、従来以上にデータに基づく適時・適切な取組が重要性を増している。

本事業「石川県観光マーケティングプラットフォーム導入運営事業」は、上記背景を受けて石川県全域の観光 DX を推進するために企画されたものである。本事業を通じ、デジタル観光マップを中核としたプラットフォーム（以下、「本プラットフォーム」という。）を構築し、以下の目的を達成することを目指す。

(1) 広域デジタルマップによる観光促進

- ・ 県内全域の観光コンテンツをデジタル地図上に「面」で視覚的に表示することで、ユーザの具体的な旅行イメージを喚起し、県内各地域への周遊を促進する。
- ・ 地図上でエリア間の距離感やアクセスも直感的に示すことで、旅行プランに県内複数地域を組み込みやすくする。

(2) プッシュ型情報配信による効果的な誘客

- ・ 本プラットフォーム上でイベント・祭事情報や混雑回避情報などをプッシュ通知で配信し、各市町が個別に発信するよりも効果的な広域連携の情報発信を可能にする。
- ・ タイムリーな情報提供により旅行者の興味を喚起し、来訪を促す。

(3) 地図から直接予約・決済への導線確保

- ・ デジタルマップ上のスポット情報から、宿泊・体験・飲食等の予約購入・オンライン決済へダイレクトに繋げる機能を実装し、ユーザの利便性を向上させるとともに観光消費額の増加を図る。ワンストップで情報

閲覧から予約・支払いまで完結する UX（ユーザーエクスペリエンス）を提供することで、機会損失を防ぎコンバージョン率を高める。

(4) 観光データの収集・蓄積とマーケティング活用

- ・ 県や石川県観光連盟、各市町、観光地域づくり法人（DMO）、観光事業者など県内の観光関係団体がマーケティングに必要なデータを収集・共有できる仕組みを構築する。観光客の移動データや予約・消費データ等を蓄積・分析し、今後の観光戦略立案やプロモーション最適化に活用する。データに基づく戦略で観光施策の効果を高め、限られたリソースで最大の誘客効果を生むことを目指す。具体的には、収支計画を基点とした具体的なマーケティング戦略とメディアプランで構成された観光戦略の立案をする。立案に留まらず実行までも伴走サポートを実施する。

(5) 利用者ニーズに沿った情報発信基盤の構築

- ・ 蓄積したデータをもとに利用者の興味関心や行動パターンを分析し、それぞれのニーズに合った観光情報をタイムリーに提供できる仕組みを整える。
- ・ パーソナライズされた情報提供やリコメンド機能により満足度向上と再訪促進を図り、本プラットフォームを石川県における観光マーケティング基盤の土台とする。
- ・ 以上の目的を達成することで、石川県における観光 DX の基盤を構築し、ポストコロナ時代における持続的な観光振興と地域経済の活性化に寄与する。

尚、本仕様書は、提案者の経験や実績に基づいて考えられる不足点、より高い費用対効果と時間帯効果をプラット実装・運営で実現できると考える場合などにおいて、定義の範疇を超えた積極的な提案を妨げるものではない。

2. 構築対象範囲（段階的な展開計画）

- ・ 本プラットフォームの対象範囲は、最終的には石川県全域である。石川県内の主要観光地から隠れた魅力スポットまで、地域やカテゴリーを問わず網羅的に情報を提供する。
- ・ 具体的な対象範囲と段階的な展開計画は以下のとおりである。

(1) 地理的範囲

- ・ 石川県全域（加賀エリアから能登エリアまでの全ての市町）。
- ・ 当初は金沢有名観光エリアから開始し、順次県内全域へとカバー範囲を拡大する。
- ・ 最終的には金沢を含む加賀地域、南加賀（白山市・小松市・加賀市など）、能登地域の観光資源を本プラットフォーム上で扱う。

(2) コンテンツ範囲

- ・ 観光スポット（自然・景勝地、史跡文化施設、美術館博物館、温泉、飲食店、土産店等）、イベント・祭り情報、体験プログラム、モデルコース、アクセス情報など旅行者向け情報全般を対象とする。
- ・ また、宿泊施設や交通機関等の旅行サービス情報も含め、観光に関連する幅広いコンテンツを扱う。ユーザが旅の計画から現地での行動、旅後まで一貫して活用できる包括的な情報プラットフォームを目指す。

(3) ユーザ範囲

- ・ 石川県を訪れる国内外の旅行者すべてが対象である。国内旅行者はもとより、インバウンド（訪日外国人旅行者）にも利用してもらえるよう、多言語対応やユニバーサルデザインを考慮する。
- ・ また、旅行前の計画段階（旅マエ）から旅行中（旅ナカ）、旅行後の振り返り・次回計画（旅アト）まで、旅行の各フェイズで活用されることを想定する。

(4) 段階的展開

- ・ 本プラットフォームは一度に全県すべての情報を構築・公開するのではなく、フェイズ毎の段階的な展開を行う。
- ・ まずは主要エリアである金沢市及び周辺地域の情報を優先的に充実させ、その後、南加賀エリア（小松市、加賀市、白山市など県南部）の情報コンテンツを追加し、次に能登エリア（七尾市、輪島市、珠洲市など県北部）の情報を拡充していく。

- ・ このように段階的にエリアを拡大する計画とすることで、限られた期間内でも確実に成果を出しつつ、最終的な全県カバーを実現する。
各段階の詳細なスケジュールと内容については後述の「7. 導入スケジュールと段階拡張」で詳述する。

(5) 構築が求められるその他機能

- ・ 本事業の構築範囲には、ユーザが利用するフロントエンドの観光マップサイト（Web アプリケーション）だけでなく、管理者やコンテンツ提供者向けの管理システム、外部サービスとの連携インタフェース、データ分析基盤まで含まれる。
- ・ ただし、新規に構築するものと既存資源を活用するものとを切り分け、効率的にシステムを構成する。
- ・ 例えば、予約機能については既存の予約システム（地域 OTA 機能など）の活用を前提とし、本プラットフォーム側ではその連携部分を構築する形を取り入れる。
- ・ これにより、限られた予算・期間内で高い効果を持つプラットフォームを実現する。

3. システム技術仕様（地図 UI、スポット情報、予約・決済、電子チケット、スタンプラリー、SNS 連携、多言語対応 等）

- ・ 本章では、本プラットフォームのシステム技術仕様について、主要な項目ごとに示す。
- ・ ユーザが直接触れるフロントエンド機能から、バックエンドの連携・分析機能まで、快適かつ効果的に動作するシステムを構築する。

(1) 地図 UI（ユーザインタフェース）

- ・ 直感的で操作しやすいインタフェースの観光マップを提供する。地図上に観光スポットの位置をアイコンやピンで表示し、クリックまたはタップで詳細情報を表示できるようにする。
- ・ マップはズームやパンなどの操作にスムーズに反応し、混雑状況やルート等を視覚的に確認できる工夫を凝らす。カテゴリ絞り込み機能（例：観光名所、グルメ、宿泊、体験などのカテゴリ別に表示切替え）やキーワード検索機能を備え、ユーザが目的の情報に容易に辿り着けるようにする。
- ・ また、現在地取得機能によりユーザの位置を地図上に表示し、周辺スポットの案内や経路検索（公共交通や徒歩ルートなどのナビゲーション連携）を可能にする。
- ・ UI デザインはスマートフォン、タブレット、PC 等各種デバイスに対応したレスポンスデザインとし、観光現場でも快適に利用できるようにする。さらに、本システムは PWA（Progressive Web App）対応とし、ユーザがスマートフォンにウェブアプリとしてインストールしてオフライン時でも一部機能が使えるようにする計画である。これにより、ネイティブアプリをインストールしなくてもアプリに近い体験（プッシュ通知受信等含む）を提供する。UI 面では高齢者にも配慮し、文字サイズ変更や色覚バリアフリーパレット、音声読み上げ対応などアクセシビリティにも留意する（必要に応じてルビ振りやバリアフリーマップ表示機能も検討）。

(2) 観光スポット情報データベース

- ・ 石川県内の観光関連スポット情報を一元管理し、マップ UI 上に表示する。各スポットには名称、住所、電話番号、営業時間、定休日、料金（必要な場合）、概要説明、写真画像、施設の特徴、アクセス方法（最寄り駅・バス停等）、駐車場情報等を掲載する。

- ・ また、ユーザの興味を惹くため、関連する豆知識やエピソード、口コミへのリンク等のコンテンツ拡充も検討する。

(3) スポット情報

- ・ カテゴリー分類され、ユーザが興味のあるジャンルでフィルタして閲覧できる。
- ・ 「歴史・文化」「自然・景勝」「体験プログラム」「グルメ」「ショッピング」等のカテゴリーを横断検索可能にする。
- ・ データベース上のスポット情報は CMS（コンテンツ管理システム）を通じて随時更新可能であり、新規スポットの追加や情報修正が容易に行えるよう設計する。将来的にスポット数が大幅に増加した場合でも高速に検索・表示できるよう、適切なインデックス設計やキャッシュ機構を導入する。さらに、特定期間のみ有効な季節イベントや期間限定スポットも扱えるようにし、公開開始・終了日時を設定して自動で掲載・非掲載を切り替える機能も備える。

(4) 予約・決済連携機能

- ・ 本機能は「デジタルマップ」の構築範囲ではない。ユーザがマップ上の情報から直接、観光関連サービスの予約および決済に進めるよう、予約システム/決済プラットフォーム（地域 OTA 機能）との連携が必須要件となる。尚、地域 OTA 機能でのデジタルマップから、コンテンツ販売（予約/決済/キャンセル）などのステータスの反映などで正確性が求められることから、連携先となる地域 OTA（Online Travel Agent）について理解し、具体的な導線や機能の連携を踏まえていることは大いに評価される。
- ・ 具体的には、石川県内の体験プログラム予約（宿泊施設も個別コンテンツ化された場合のみ、その範疇）を担う地域 OTA 機能・システムと連携し、本プラットフォーム上で空き状況確認や予約手続きができるようにする。
- ・ UX として、観光スポットからシームレスに提携 OTA 機能システムの予約ページ（または埋め込みウィジェット）へ遷移し、必要情報入力後に決済まで完了できる動線を確保すること。
- ・ 尚、地域 OTA 機能でのデジタルマップから、コンテンツ販売（予約/決済/キャンセル）ステータスなどの表示は確実性が求められるので、配慮したスムーズな連携が求められること。

(5) 電子チケット・クーポン機能

- ・ 本プラットフォーム経由で観光施設の入場券や割引クーポンを取得・購入できるようにし、取得したチケットはスマホ画面上に QR コード表示して現地で提示・利用する、といった一連の流れに対応する。
- ・ 当面は無料クーポンや割引券の発行を中心とし、ユーザが旅程に合わせて電子クーポンを入手できる環境を整備する（有償チケットのオンライン販売については資金決済法等の確認が必要なため、発注者と協議の上で段階的に導入予定）。
- ・ 電子クーポンは地域ごとの観光施設や店舗が自由に発行・登録でき、条件（利用エリア、日時、属性など）を設定してターゲットユーザに自動配信する仕組みも検討する。
なお、ユーザの決済手段としては主要なクレジットカード、電子マネー、スマホ決済（QR コード決済）等、国内外で一般的な方法に対応させ、インバウンドにも不自由がないようにする。

(6) スタンプラリー機能の実装

- ・ デジタルマップ上で観光体験を促進する仕組みとして、スタンプラリー機能を実装する。
- ・ 利用者がスマートフォン等の GPS 機能を活用し、観光スポットに訪れることで自動または手動でスタンプを獲得できる仕様とする。スタンプ取得には QR コード読み取り、位置情報確認、チェックイン操作など複数の方式に対応可能とする。
- ・ 当該機能では、同時に最大 5 つまでのスタンプラリーキャンペーンを並行開催できる構造を有し、各ラリーの構成、対象スポット、達成条件、報酬設定等は CMS を通じて運営事務局が柔軟に設定・変更可能とする。利用者が複数のスタンプラリーに並行して参加・進行できる UX にも配慮する。
- ・ また、達成者向けにバッジや特典クーポンの表示・発行など、他機能との連携を見据えた設計とする。

(7) SNS 連携・ソーシャル機能

- ・ 本プラットフォームで得た情報や旅の計画を、ユーザが簡単にソーシャルメディアで共有できるようにする。
- ・ 各スポットやプランのページに SNS 共有ボタンを設置し、Twitter、Facebook、LINE 等でリンク付きメッセージを投稿できるようにする。これにより、利用者自身による情報拡散を促し、二次的なプロモーション

ン効果を狙いる。また、利用者が自分の訪問履歴やお気に入りスポットリストを SNS 上で発信したり、友人と共有したりできる機能も検討する（例：オリジナルの「マイ旅リスト」を作成し共有）。

- ・ 将来的なマーケティング施策として、SNS 上の公式アカウント（石川県観光連盟や DMO の発信）と連動し、本プラットフォーム内で SNS フィードを表示し、ハッシュタグキャンペーンと連携したコンテンツを掲載することも視野に入れる。
- ・ ユーザ認証については、必要に応じて SNS アカウント（Google や Facebook 等）でログインし、パーソナライズ機能（お気に入り保存や閲覧履歴に基づくお薦め提示など）を利用できるようにする計画である。SNS 連携にあたってはプライバシーに配慮し、ユーザ許諾の下でのみ情報を連携・活用する。

(8) 多言語対応

- ・ インバウンド対応のため、本プラットフォーム全体で多言語対応を徹底する。UI は日本語・英語・繁体字中国語・簡体字中国語・韓国語の 5 言語を基本対応とし、将来的に需要に応じて他の言語拡張も可能な設計とする。
- ・ まず初期リリース時には日本語・英語で提供し、順次中国語（繁・簡）と韓国語を追加導入していく計画（これら 4 言語で訪日客の約 95% をカバーできるため）。言語切替え機能を設け、ワンクリックで表示言語を変更可能にする。多言語化にあたっては、画面のボタンやメニュー等の UI 要素は各言語に翻訳したものを用意する。
- ・ 観光スポット名や解説文などのコンテンツについては、人手による翻訳データを基本としつつ、CMS 上で効率よく管理できるようにする。例えば、日本語で登録された説明文に対し、翻訳者が各言語の文章を入力できるフィールドを用意する。未翻訳の箇所については機械翻訳の結果を自動提示し、必要に応じて編集して採用できる仕組みも検討する。
- ・ 外国人旅行者向けに、観光庁作成の多言語辞書やピクトグラムを活用して直感的に理解しやすい表現を用いるよう配慮する。多言語対応と合わせて、利用者のアクセシビリティ向上（視覚障害者向け音声読み上げや、色覚差対応表示など）にも取り組み、誰もが使いやすいユニバーサルな観光情報プラットフォームを実現する。

(9) その他技術仕様

- ・ システム全体はクラウドサービス上に構築し、高い可用性とスケーラビリティを確保する。少なくとも導入後5年間は安定稼働できるサーバー構成とし、想定ユーザ数の増加や将来的な機能拡張にも耐えられる余裕を持たせる。
- ・ 基本稼働環境は365日24時間止まらず稼働する前提で、計画停止（メンテナンス）以外のダウンタイムを極力排除する。負荷分散や自動スケール機能を用いてアクセス集中時にもレスポンス低下のないようチューニングする。
- ・ セキュリティ面では、通信の暗号化（HTTPS/TLS）を徹底し、外部からの不正アクセス防止策（WAFの導入、多要素認証による管理ログイン保護等）を講じる。
- ・ ユーザ個人に関わるデータはプライバシーポリシーを定めて適切に管理し、関連法規（個人情報保護法等）を遵守する。
- ・ また、外部システムとのデータ連携用に公開APIを整備し、将来的に他の観光アプリやサービスから本プラットフォームのデータを活用できるようにする（例えば、石川県公式サイトや他地域サイトから観光マップにスポット情報を埋め込む等が可能）。
- ・ さらに、災害情報や交通規制情報といった観光客の安全に関わる情報については、石川県公式サイトや防災情報システムとの連携により、必要時にマップ上に警告やお知らせを表示する仕組みを備える。これにより、旅行者に対し安全・安心に関するリアルタイム情報提供も実現する。

4. CMS 運用仕様

本プラットフォームには、観光情報の追加・更新や各種コンテンツ管理を行うための CMS（コンテンツ管理システム）が必須となる。本章では、運用担当者が利用する CMS の仕様と運用方法について記述する。使い勝手の良い管理ツールを提供し、各関係者が効率的に情報発信できる体制を構築する。

(1) 管理画面と権限管理

- ・ CMS はウェブブラウザ上で動作する管理者向けサイトとして提供する。ログイン機能を備え、ユーザ権限に応じてアクセスできる機能やデータを制限する。
- ・ 主な権限と役割として、石川県観光連盟などが担う全体管理者、地域ごとの観光協会や DMO 担当者が担う地域管理者、個別施設の情報提供者が担うコンテンツ投稿者等を想定する。
- ・ 全体管理者は県全域の全コンテンツに対する編集・承認権限を持ち、ユーザ管理やシステム設定も行える。地域管理者は自分の担当地域（例：金沢市、能登エリア等）に紐づくスポットやイベント情報の追加・編集が可能で、自地域コンテンツの承認管理も行える（必要に応じてワークフロー機能により、地域担当者の編集内容を全体管理者が最終承認して公開する仕組みも設定可）。
- ・ コンテンツ投稿者は、自組織が所管する施設やプログラム情報のみ提案登録でき、上位権限者の承認後に公開される、といった段階的公開フローも実装可能である。
- ・ このような細かな権限設定により、県内各組織が分担して情報を更新しつつ、不適切な変更や誤情報公開を防止する。

(2) コンテンツ更新とワークフロー

- ・ CMS 上では観光スポット情報、イベント情報、クーポン情報などコンテンツタイプごとに登録・編集フォームを提供する。担当者がガイドに従って項目を入力するだけで、Web サイト上の表現に即したコンテンツを作成できるようにすること。
- ・ 文章にはリッチテキストエディタを用意し、強調表示やリンク挿入、画像埋め込みも直感的に行える。画像や動画などのメディアファイルは CMS のメディアライブラリで一元管理し、アップロードしたものを各コンテンツから利用できるようにすること。
- ・ ファイルは自動的に適切なサイズ・形式に変換され、ページ表示速度に配慮する。更新された内容は即時にサイトへ反映されるが、必要に応じ

て公開日時を予約設定することもできる（例えば新イベント告知を翌週から公開開始する等）こと。

- ・ また、一時的に掲載停止（下書き状態に戻す）機能、状況に応じ柔軟に情報公開をコントロールできること。
- ・ ワークフローが有効な場合、投稿者の編集内容は「承認待ち」となり、管理者が内容チェックして承認すると公開される。承認時には変更差分の確認やコメント記入も可能で、関係者間のコミュニケーションを支援する。
- ・ 軽微な修正等については煩雑な承認を経ず担当者判断で迅速に対応できる運用とし、運用負荷を抑えることも検討する。
- ・ 全体として、CMS は専門知識のない職員でも扱いやすい UI とし、操作マニュアルに頼らずとも直感的に運用できるよう配慮する。これにより、属人化せず複数人で日々の情報更新作業を分担しやすくする。

(3) 多言語コンテンツ運用

- ・ 前述のとおり本プラットフォームは多言語対応するが、CMS 側でも各言語のコンテンツを管理できる仕組みを提供すること。
例えば、一つの観光スポットに対して日本語・英語・中国語（繁体字/簡体字）・韓国語の説明文フィールドを用意し、管理者または翻訳担当者が各欄に翻訳テキストを入力できるようにすること。
- ・ 未翻訳言語については、デフォルトで日本語内容を非表示にするか、あるいは機械翻訳の自動下書きを表示して編集者の手で調整・公開するかを選択可能とすること。
- ・ こうした支援により、限られた人員でも効率良く多言語情報を更新できる。また、システム全体の言語追加にも対応できるよう、言語マスタを持たせ将来的な拡張も見据える。

(4) 運用負荷軽減の工夫

- ・ CMS 運用仕様の設計においては、限られた人員で無理なくサイトを維持できるよう運用負荷の低減を重視すること。
- ・ 具体的には、
 - ① 定型的な更新作業を自動化・簡素化すること。
 - ② イベント情報等の期間終了したコンテンツの自動アーカイブ化
- ・ データ一括登録・インポート機能（例えば CSV で多くのスポットを一括登録）
- ・ よくある修正（誤字訂正等）の即時反映などの機能を盛り込む。

- ・ 特に既存の「ほっと石川旅ねっと」や各市町観光サイトで公開されているデータがある場合は、初期導入時にそれらをインポートし、二重入力の手間を省くようにする。
- ・ また、周辺システムとのデータ連携 API をあらかじめ実装しておき、本プラットフォームで蓄積したデータを他システムとスムーズに連携できるようにする（例：アクセス解析データを県の統計システムに提供等）。これにより、将来的に運用体制や使用技術が変わっても柔軟に対応できる基盤とする。

(5) マニュアルとサポート

- ・ 運用者向けには詳細な運用管理マニュアルおよび操作マニュアルを整備し、引き継ぎや新任者教育に支障が無いようにすること。
- ・ マニュアルは用途別に、
 - ① システム管理者（県観光連盟本部担当者）向け
 - ② コンテンツ編集担当（地域 DMO や観光協会職員）向け
 - ③ 一般利用者からの問い合わせ対応用ガイド

といった種類に分けて作成する。

- ・ システムの導入時にはこれらマニュアルに基づく操作研修を実施し、関係者が自立して運用できる状態を目指す。
- ・ さらに、本番運用開始後も必要に応じて問い合わせ窓口（ベンダーのサポートデスク）を設け、システムトラブルや操作不明点への迅速な支援を行う。こうした運用サポート体制により、長期的に安定したサイト運営を支える。

5. 運営事務局の体制と役割

本事業を円滑に推進し、本プラットフォームを継続的に運営していくために、「運営事務局」を中心とした体制を整備する。

運営事務局とは、本事業に関与する主要組織・担当者から構成される運営組織であり、システム稼働後の維持管理も含めた統括的な役割を担いる。本章では、運営事務局の想定体制と各関係者の役割分担について記す。

(1) 運営事務局の構成

- ・ 運営事務局は、石川県観光連盟内（以下、「観光連盟」という。）で本事業を担当するスタッフと、本システムの技術サポートを行う受託事業者（ベンダー）側スタッフ、および各地域 DMO・観光協会や観光事業者と連携を密に図り、観光連盟の担当に対して、ベンダーの技術的な役割の行使や知見と助言、各地域の観光政策担当者および観光環境事業者の「進捗状況」や「現場の声」を届ける役割として機能し、本事業がスムーズに展開されるように主体的にとりまとめていく。
- ・ 具体的には、
 - ① 観光連盟側の事業責任者（統括責任者）の本事業全体の意思決定の支援と関係各所との調整を行う。
 - ② 観光連盟でのコンテンツ管理とデータ分析担当など役割分担に対し、日々の運用（情報更新・チェック、データモニタリング等）を担当する。
 - ③ ベンダー側のプロジェクトマネージャー／技術責任者、運用保守担当（エンジニア）に対して、システムの安定稼働や技術的な問合せ対応や改善提案を促し進捗を図る。
 - ④ 必要に応じ、各地域 DMO や観光協会やコミュニティから地域コーディネーター的な存在を見出し、それぞれの地域のコンテンツ充実・プロモーション施策について事務局会議で意見を出してもらう。
- ・ これら関係者の具体的な氏名・連絡先等については、契約後速やかに「プロジェクト体制図・役割分担表」として提出する。

(2) 各役割の詳細

運営事務局および関係者には下記のような役割を想定している。

① 石川県観光連盟（事業主体）

- ・ 本事業全体の予算管理・進捗管理・成果責任を負う。事務局の中心として、各関係者の調整や行政との連絡を担当する。特にコンテンツ面では、県全体としての統一的なメッセージ発信や方針決定（例えば本プラットフォームのブランド名、UI デザインの方向性等）を行う。
- ・ また、観光連盟は各市町や DMO からの要望集約やコンテンツチェックも担い、県全体で品質の高い情報提供が維持されるよう統括する。

② 各地域 DMO・観光協会（コンテンツ提供協力者）

- ・ 金沢や加賀、能登といった各観光エリアの DMO や観光協会は、それぞれの地域に特化した情報発信の担い手として機能する。
- ・ 自地域の観光スポット情報やイベント情報の収集・更新を担当し、CMS を使って日々コンテンツをアップデートする。
- ・ また、地域独自のキャンペーン（例：「〇〇周遊パス」など）を実施する場合には事務局と連携して本プラットフォーム上で告知・販売を行う。

事務局は DMO 間や観光協会間の横連携も図り、他地域の成功事例を共有することで県全体のサービス向上に貢献する。

③ 受託事業者 1（≡開発事業者）、システム運営・技術支援）

- ・ 地図 UI・CMS・データ連携機構の設計・開発を担う。ユーザ体験や保守性を意識した技術構築を行う。
- ・ 開発後は継続的な保守・改善提案を担い、安定稼働を支援する。本事業を受託する開発ベンダーは、システム構築だけでなく運用フェイズでも重要な役割を担う。具体的には、本プラットフォームの安定稼働を保証するための保守運用業務（サーバー監視、バックアップ、障害対応）を実施する。
- ・ 障害発生時には原因を迅速に究明し、必要な修正を行った上でサービス影響を最小限に留める。また、日常的な問い合わせ対応窓口として、観光連盟担当者や各地域担当者からの技術的質問・要望に答える。
- ・ 定期的に運営事務局会議に参加し、アクセス数やシステムログを分析したレポートを共有し、新たな機能改善提案を行う。
- ・ 受託事業者側（開発事業者）に品質管理責任者を置き、サービスの遵守や、契約履行状況の自己チェックも適宜行う。
- ・ 契約上、観光連盟側は受託者に対し常時履行状況の確認を行う権限があり、受託者は作業体制図を提出して透明性を確保する。運用期間中の体制変更等がある場合も事前に報告・了承を得るフローとする。

④ 受託事業者 2（地域 OTA：決済系システム機能提供事業者）

本仕様書の調達対象には該当しないが、システム全体としての必須かつ重要な機能と存在であり、事務局運営にその連携は欠かせず、かつ事務局運営事態の範疇となるため、以下、記載する。

- ・ 宿泊・体験等の予約／在庫／決済に関するシステム連携機能を担当する。
- ・ 観光施設や事業者が個別に商品登録・在庫管理・販売を行うことを可能とする自前の商品在庫のみを管理できる権限設定を備え、かつ、複数エリアにまたがるキャンペーン施策（例：周遊パス、エリア横断型体験）にも対応できる在庫設計機能を有することが望ましい。
- ・ また、本事業では、複数の地域事業者との接続や調整が必要となるため、事務局活動を支援し、地域観光協会や観光事業者への説明・理解を促すコミュニケーション能力が必須となる。
- ・ 当該事業者はこれまでに各地で OTA 連携や観光 DX 案件を複数実施した実績を持ち、地域に応じた柔軟な実装対応力と、現場目線での導入サポート能力を活用して知見と助言の提供を行う。
- ・ また、各施設や体験メニューの観光施設側での独立した商品登録・運用支援を担う。

⑤ 受託事業者 3（EC 機能提供事業者）

本仕様書の調達対象には含めないが、機能としては大きな加点要素であり、事務局運営にその連携は欠かせず、かつ事務局運営事態の範疇となるため、以下、記載する。

- ・ 旅行中や旅行後の「お土産」「記念」あるいは「日用品」として、石川県の特産品を販売・配送する機能を有する事業者。
- ・ デジタルマップによりユーザの体験や記憶と結びつきやすくし、購入を促すだけでなく、「旅ナカ」の周遊や帰路で持ち運び負担の軽減、ユーザが気に入った商品の再購入、あるいは継続的購入を捉えることを目的として本事業に参画する。
- ・ 本事業「デジタルマップ」とは外部連携の形をとり、在庫情報のリアルタイム管理支払ステータスの即時取得（決済完了／キャンセル）、および個別商品のオプション設定・複雑な在庫ロジックへの対応などは、リンク先としての EC 事業者の構える機能となる。
- ・ また、ユーザの遷移として、当該デジタルマップ経由のユーザは再び戻ることを優先的に選択しうる表示と機能を有すること。

- ・ リファールなどに基づき、デジタルマップ経由のユーザの購買行動やユーザプロフィールについて当該事務局に対して情報提供すること、を条件とする。
- ・ さらに、地域の観光事業者にとって EC 導入が事業者側の利益侵害となるなどの誤解を与えないよう、事務局と協力して地域 OTA 開発事業者や観光連盟と連携し、説明を行う。

⑥ その他関係者

- ・ 観光連盟を通じて石川県庁の関係部署（観光担当課やシステム管理部門）とも連携し、行政施策との整合性確保やセキュリティポリシー遵守などを確認する。
- ・ また、本システムから得られる観光データは今後の県の政策立案にも活用されるため、必要に応じてデータ提供や分析結果のフィードバックが行われるものとする。
- ・ 加えて、観光事業者（宿泊施設や観光施設の運営者）も広い意味での運営体制の一部である。各事業者は自社の掲載情報を最新に保つよう努める責任があり、場合によっては CMS の一部機能（例えばクーポン発行ツール等）を直接操作して広報施策やキャンペーンを打つことも考えられる。
- ・ その際には事前に研修等を実施し、適切な利用を促すなども行う。

(3) 運営フローと定例会議

- ・ 運営事務局は定期的に会議を開催し、サイト運営状況の共有と課題の協議を行う。
- ・ 月次定例会議を設け、前月のアクセス数・予約件数等の KPI レポート、発生した課題（システム不具合やコンテンツ不足箇所など）の共有、今後の施策（新規コンテンツ企画やプロモーション計画）の検討を行う。
- ・ 会議には観光連盟担当者、ベンダー側 PM、必要に応じて各地域代表が参加する。会議の議事録はベンダー側で作成し、開催後 3 日以内に関係者へ共有する（議事録も契約上の成果物として管理されるものとする）。
- ・ イベント前など適宜臨時会議や打ち合わせも行い、状況変化に機動的に対応する。事務局内ではチャットツールやグループウェアを活用し、日々の連絡・情報共有も円滑に進める。以上のような体制・役割分担のもと、産官学連携で本プラットフォームを育て、常に旅行者視点を取り入れた改善を重ねていく。

6. データ分析・KPI 測定機能

- ・ 本プラットフォームでは、観光施策の PDCA を回すためのデータ分析機能および KPI（重要業績評価指標）測定の仕組みを組み込む。
- ・ 単に情報提供するだけでなく、利用状況や観光客の動向を可視化し、得られた知見をもとにサービス改善やマーケティング戦略の調整を行えることが、本事業の重要な目的の一つである。
- ・ 本章では、本プラットフォームに搭載するデータ分析機能と測定可能な KPI 項目について説明する。

(1) 利用者行動データの収集

- ・ 本プラットフォーム上でのユーザ行動データを自動収集する。具体的には、ページビュー数やクリック数、検索クエリ、経路検索リクエスト件数、予約ボタンのクリック数など、ユーザがサイト内で辿った動線をログとして蓄積する。また、本プラットフォームが PWA として動作し位置情報アクセスを許可したユーザについては、GPS ベースの位置情報ログや、スポットチェックイン履歴（スタンプラリー機能利用時など）も収集する。
- ・ さらに、連携する予約システムや電子クーポン利用状況などのデータも API 経由で取得し、各ユーザの行動や選好を示すデータポイントとして保持する。取得した生データは個人が特定できない形に集約・加工し、プライバシーに配慮した上で分析に供する。

(2) 人流データ分析機能

- ・ 旅行者の県内での移動・滞在状況を把握するための人流データ分析を実施する。例えば GPS ログや Wi-Fi パケットセンサー等から、観光客がどのスポットを訪れたか、どのルートで移動したか、各スポットでの平均滞在時間はどの程度か、といった情報を収集する。
- ・ これらを集計することで、訪問数ランキング（例：日毎・週毎によく訪問されたスポット Top10）、平均滞在時間（スポットごと、エリアごとの平均滞在時間）、時間帯別の混雑傾向（スポットごとに一日の中でピークとなる時間帯や曜日）、回遊ルート傾向（多くの旅行者が辿る経路パターンの分析）、季節別の利用傾向（春・夏・秋・冬や祝日などでの変動）等を明らかにする。

- ・ これらの人流解析結果は、管理者用ダッシュボード上で視覚化して表示する。例えば地図上にヒートマップとして観光客密度を表示したり、時系列グラフで人出の推移を示したりする。これにより、観光客の動きを「見える化」し、混雑緩和策や新たな周遊ルート開発などに役立てる。

(3) 管理者向けダッシュボード

- ・ CMS 内あるいは専用の分析ツールとして、管理者・事務局向けのダッシュボード画面を提供する。ダッシュボードでは主要 KPI を一目で把握できるようなサマリー表示を行う。
- ・ 例えば、当月の本プラットフォーム訪問者数（ユニークユーザ数）および推移（前月比・前年同月比）、エリア別のアクセス数ランキング、予約成立件数、電子クーポン発行・利用数等の指標をカード形式で表示する。また、前述の人流データの可視化結果（リアルタイムのヒートマップ、人気スポットランキング）や、ユーザ属性分析（言語別利用割合、新規 vs リピータ比率等）も盛り込む。予約・購入データについては、売上金額や客単価なども把握でき、観光消費動向のモニタリングが可能である。ダッシュボード上の各グラフや数値はクリックすることで詳細レポートにドリルダウンできるようにする。例えば特定期間や特定エリアに絞った分析結果を表示し、CSV エクスポートしてさらなる解析に回せるようにする。分析基盤には可能であれば既存の DMP（データマネジメントプラットフォーム）や BI ツールを活用し、信頼性の高いシステムとする。

(4) KPI 指標の設定

- ・ 本事業の効果測定のため、主要な KPI を設定し定量的な評価を行う。
- ・ 設定する KPI 例は以下のとおりである。

(5) プラットフォーム利用者数

- ・ 月間アクティブユーザ数（MAU）、総アクセス数、再訪率（リピーター率）など。これにより本プラットフォームの利用規模と定着度を測定する。

(6) コンバージョン数

- ・ 本プラットフォーム経由での予約成立件数や電子チケット購入件数、ユーザの行動が実際の来訪・消費に繋がった件数を把握する。加えて予約転換率（スポット詳細閲覧から予約完了に至った割合）を算出し、UI/導線の効果を検証する。

(7) クーポン利用率

- ・ 発行したデジタルクーポンの利用枚数・利用率はどの地域・店舗のクーポンが何件利用されたか、利用者あたり何枚使われたかなどを分析し、プロモーション施策の効果を測定する。

(8) 周遊度・滞在延長効果

- ・ 利用者一人当たりの訪問スポット数（回遊箇所数）や滞在日数の指標、本プラットフォーム導入前と比べて旅行者の行動範囲が広がったか、滞在が長くなったかをデータで検証する。また能登など特定エリアへの誘導効果（該当エリア訪問者数の増加）も KPI として追跡する。

(9) 顧客満足度指標

- ・ 本プラットフォーム上で提供するアンケートや、SNS 上の反応などを通じた定性的な評価も重視する。例えば、サイト満足度アンケートスコア、App Store 的な評価（PWA の場合、直接評価は無いが、フィードバックとして）などを指標化し、CX（顧客体験）の向上度合いを見る。

(10) コンテンツ充実度指標

- ・ 掲載スポット数、イベント件数、対応言語数など本プラットフォーム自体の充実度も KPI として管理する。これらは本事業完了時に目標値を定め、例えば「掲載スポット数〇〇件」「多言語コンテンツ率△%（主要情報が英語化されている割合）」等の達成度を見ることで、コンテンツ面の進捗を評価する。

事業遂行中およびサービスイン後は、上記 KPI を定期的にモニタリングし、目標未達の場合は原因を分析して改善策を講じる。

特に利用者数やコンバージョンに関する KPI は、プロモーション施策の投入タイミングや UI 改善の効果検証に直結するため、ダッシュボード上で常時把握しやすい形にする。

KPI の測定結果は県および関係者間で共有し、観光 DX 施策の成果を客観的データで示すことで、今後の予算確保や追加施策立案のエビデンスとしても活用する。

7. 導入スケジュールと段階拡張（金沢 → 南加賀 → 能登）

本章では、本事業の実施スケジュールおよびサービス導入計画について、段階的拡張の観点から示す。契約期間内で確実にシステムを構築・展開し、順次エリアと機能を拡充していく計画である。

本条で記載されているスケジュールはあくまで仮定であり、妥当性や品質など現実的側面から、現実的なスケジュールを提示することを妨げるものではない。

主なフェイズを以下に整理する。

(1) 準備・設計フェイズ（令和7年5月～令和7年6月）

- ・ 契約締結後すぐにプロジェクトを立ち上げ、詳細な要件定義と基本設計に着手する。最初の10営業日以内を目安に「プロジェクト実行計画書および詳細スケジュール」を作成し、観光連盟担当者と合意する。また、同時期に「プロジェクト体制図・担当者名簿」を提出し、県側と受託側の連絡体制を確立する。
- ・ 5月中にキックオフミーティングを開催し、関係者間で本スケジュールの共有と役割確認を行う。
- ・ 5月～6月にかけて、デザイン案作成（UI/UX設計）、システムアーキテクチャ設計、外部連携API仕様の調整を完了させる。金沢エリアの主要コンテンツについてはこの段階でDMO等から情報収集し、初期データセットを整備する。また、多言語対応方針（専門翻訳 vs 機械翻訳支援など）や、具体的な段階展開の内容（フェイズごとの地域範囲・機能範囲）も確定させる。

(2) 開発・実装フェイズ（令和7年6月～令和7年9月）

- ・ 基本設計承認後、直ちに開発・実装作業に入る。
- ・ 6月～9月前半にかけてフロントエンド（地図UI、検索機能、画面多言語対応など）とバックエンド（データベース構築、API連携部分、CMS機能）の実装を並行して進める。
- ・ 金沢エリアを中心としたコンテンツ登録もこの期間に行い、テストデータとして実際のスポット情報を入力していく。
- ・ 8月後半から9月にかけてシステム全体の結合テストを実施する。
- ・ 関係者（観光連盟担当者や一部DMO職員）も参加し、管理画面の操作性や公開サイトの使い勝手を検証する。
- ・ 指摘事項については9月末までに修正対応を行い、初期リリースに向けた品質を確保する。なお、この時点で対応言語は日本語・英語の2言語

を優先実装し、中国語・韓国語についてはコンテンツの準備状況を見つ
つ段階的に追加する。

(3) フェイズ 1

金沢エリア先行公開（令和 7 年 10 月）

- ・ 令和 7 年 10 月頃を目標に、まず金沢市およびその近隣エリアの情報に特化した形で本プラットフォームをプレ公開する。これが段階展開の第一段階となる。フェイズ 1 では、観光客の利用頻度が高い金沢市内の主要観光スポット・飲食店・宿泊施設等の情報が充実した状態でサービスを開始する。
- ・ あわせて、金沢エリアに関連するイベント情報やモデルコースなども掲載する。
- ・ 機能面ではデジタルマップの基本機能（スポット検索・表示、現在地表示、日英対応）や予約連携の主要部分、電子クーポン配布の試験的運用などコア機能はこのタイミングで利用可能とする。
- ・ ただし、本番リリース前のプレ運用期間として位置づけ、ユーザには β 版（試行版）であることを案内する。
- ・ プレ公開後、実際のユーザや観光関係者からフィードバックを収集する。例えば UI 上の改善点、情報不足の指摘、想定外の利用方法など貴重な意見を集め、年内に可能な範囲で改良に反映する。また、この時点で一部データ収集も開始し、初期のアクセス状況や人流データを取得・分析する（効果測定の初期評価）。例えば、金沢市内の特定スポットへの訪問者数がどの程度増えたか、本プラットフォーム上でよく見られている情報は何か、といった基礎的な KPI を測る。これら初期データは次フェイズ以降の参考とし、必要なら機能追加やプロモーション施策の調整を行う。

(4) フェイズ 2

南加賀エリア拡張（令和 8 年 1 月）

続いて、県南部の加賀・小松・川北・白山など南加賀エリアの情報を本プラットフォームに統合する。令和 7 年末までに各南加賀地域の DMO・観光協会と連携してコンテンツ収集・入力を進め、遅くとも令和 8 年 1 月にはそれらの情報を一般公開する。フェイズ 2 では、エリア拡張に加え機能面や運用面での拡充も図る。例えば、中国語（繁体字・簡体字）での情報提供をこのタイミングで開始し、インバウンド対応を強化する。また、南加

賀エリア特有の機能要求（例：山間部のハイキングコース案内や温泉地の周遊パス販売など）があれば、それらを実装・反映する。金沢エリアでのプレ運用結果を踏まえ、UI 改善やシステムチューニングも実施する。特に、多エリア対応となることでコンテンツ量が増加するため、検索性能や表示速度の点検を行い、必要に応じてサーバースケールアップやデータベース最適化を行う。フェイズ2完了時には、石川県の加賀地方全域（南加賀+金沢）の観光情報をカバーしたプラットフォームとなり、本格運用に近い形態となる。この段階で改めて関係者テストを行い、能登エリア追加前にシステムの不具合や運用上の問題がないか最終確認する。

(5) フェイズ3

能登エリア拡張・全県版リリース（令和8年3月）：

最終段階として、能登地域全域（七尾市、輪島市、珠洲市、穴水町、能登町など）の情報を追加し、石川県全域対応のデジタルマップとして完成させる。能登エリアのコンテンツ整備は並行して令和7年末～令和8年初頭にかけて進めておき、2月末までに入力を完了する。令和8年3月には能登エリアを含む全ての機能・コンテンツを正式公開し、本プラットフォームのグランドオープンと位置付ける。ちょうど年度末（観光シーズン前）のタイミングであり、リニューアル発表を対外的に行って利用促進を図る。フェイズ3では、対応言語に韓国語を追加し（当初計画した4言語対応を達成）、これにより訪日客主要国への対応が揃う。また、「今行ける能登」キャンペーンとの本格的連携を開始し、能登地域の復興応援ツアー情報や特産品クーポン情報などを本プラットフォーム上で大きくフィーチャーする。技術的には、CRM・マーケティングオートメーション（MA）の仕組みを用いたパーソナライズ配信も一部開始し、ユーザの興味に応じた情報提供の実証を行う。これによりフェイズ1・2では間に合わなかった高度なマーケティング機能も含め、本来計画していたプラットフォーム機能の全容が出揃う。

3月末時点で、契約上求められるすべての納品物を提出し、石川県観光連盟の完成検査・認定を受ける。以上をもって構築フェイズは完了となる。

(6) 本格運用・改善フェイズ（令和8年4月以降）

本仕様書の範囲を超えるが、リリース後も継続的な運用改善が計画されている。令和8年度以降は、本プラットフォームを核とした観光マーケティング施策の展開フェイズとなる。蓄積データを活用したマーケティング

（例えば顧客セグメント別のプロモーション強化、リピート促進キャンペーン等）を本格化し、必要に応じて新機能追加やコンテンツ拡大を図る。運営事務局は継続し、定期的に KPI を測定しながら改善施策を実行していく。また、利用者アンケートやアクセス解析結果を踏まえ UX の向上施策（UI 改善、コンテンツ追加）を継続する。これら本格運用段階での取り組みによって、石川県観光マーケティングプラットフォームとしての完成度をさらに高めていく計画である。

上記スケジュールにより、事業期間内（令和 7 年度内）に段階的なリリースと全県展開を完了させ、以降の年度での発展的活用に繋げる。なお、各フェイズの節目ごとに成果物提出や関係者レビューを実施し、品質と計画のチェックを徹底する。特に納期の厳守（最終納期：令和 8 年 3 月 31 日）を最重要としつつも、単なる納品に留まらず効果検証まで意識したスケジュール運営を行う。

8. 連携要件（今行ける能登）

本プラットフォームは、石川県内の既存の観光関連システムや施策とも連携し、一体的な観光情報サービスを提供する。特に連携が想定される「今行ける能登」について、具体的な連携内容・方法を以下に示す。

(1) 「今行ける能登」企画との連携

- ・ 「今行ける能登」は、能登半島地震からの復興支援・誘客促進を目的として企画されたキャンペーンである。金沢発着のバスツアーやモデルコース提案、能登の特産品を利用したキャンペーンなど、多様な施策が展開されている。
- ・ 本プラットフォームでは、能登エリア拡充（フェイズ3）に合わせてこの「今行ける能登」関連情報を積極的に取り込み、一体的に発信する。
- ・ 具体的な連携内容としては、モデルコース・ツアー情報の掲載がある。「今行ける能登」キャンペーンで提案されているモデルコース（例：金沢駅発着の日帰り奥能登巡りツアー等）を、本プラットフォーム内で特集コンテンツとして紹介する。
- ・ 各モデルコースについて、概要説明・立ち寄りスポット・所要時間・料金等を掲載し、地図上で経路を表示する機能も検討する。そしてユーザーが詳細や予約を希望する場合には、金沢観光協会や大手旅行会社が提供する予約ページへリンクする（本プラットフォームから直接申込できるよう、API連携が可能な場合はそちらを選択肢とするが、難しい場合は誘導リンク対応）。
- ・ また、特産品引換クーポン等の提供についても、本プラットフォーム上でクーポン発行機能を用いて連携する。例えば、「能登応援ツアー参加者限定 特産品引換クーポン」をデジタルクーポンとして本プラットフォーム内で配布し、ツアー客がスマホで提示して特産品を受け取れるようにする、といった施策も検討する。加えて、能登地域の最新状況（復旧状況や新たな観光素材）に関する情報発信も強化する。
- ・ 現地のDMO等から提供されるブログ記事・ニュースリリースを本プラットフォーム上でまとめて閲覧できるコーナーを設け、「今の能登」を知ってもらう工夫をする。例えば、観光施設の再開情報、新しくオープンした魅力スポット、季節ごとの見どころ（桜や祭り等）をタイムリーに発信する。これらの情報発信にあたっては、「ほっと石川旅ねっと」など既存サイトとも連携し、相互に記事を共有・転載し合うなど協力していく。最終的には、能登エリアの誘客拡大という共通目標に向け、県・

金沢市・能登の関係機関が連携するハブとして本プラットフォームを機能させる。

(2)その他の連携

- ・ 上記以外にも、石川県観光連盟が運営する公式総合サイト「ほっと石川旅ねっと」や、各市町の観光サイト、民間の旅行予約サイト等で希望があった先との連携も順次進める。「ほっと石川旅ねっと」については、本プラットフォームへの「ポータル（入口リンク）」として活用する。同サイトのトップページや各エリア紹介ページに「デジタル観光マップはこちら」といったバナー・リンクを掲載し、訪問者を本プラットフォームに誘導する。
- ・ また逆に、本プラットフォーム上からほっと石川旅ねっと内の詳細記事やパンフレット PDF へのリンクを貼るなど、ユーザが求める情報に応じて往来できるようにする。これにより、既存ファン層には本プラットフォームの利用を促し、新規訪問者には総合サイトの深い情報も提供するという相乗効果が期待できる。そのほか、交通事業者が提供する運行情報システムとのデータ連携も検討する。例えば、リアルタイムの電車・バス運行状況や遅延情報を API 提供受け、本プラットフォームの経路検索結果に反映するといった高度連携も将来的に視野に入れている。さらに、国や他県が推進する観光 DX プラットフォームとの連携（観光庁の広域観光周遊データなど）も、標準 API 等が整備され次第対応できるよう準備する。

以上のように、本プラットフォームは単体で完結するのではなく、既存の観光資源・サービスと結びついたオープンなプラットフォームとして設計・運用する。今行ける能登との密接な連携を皮切りに、石川県の観光情報発信を一元化・ネットワーク化するハブ機能を担いる。これにより利用者にとっては便利で統合されたサービス体験を提供しつつ、運営者側にとってもデータの集約と発信力強化を実現する。

9. 成果物、納期、報告物、KPI

最後に、本事業における契約上の成果物と納期、提出すべき報告物の一覧、および達成目標とする KPI について整理する。

(1) 納入成果物

本事業完了時に納品する成果物は以下のとおりである。

① 観光デジタルマップシステム一式

構築した本プラットフォームのシステム本体（プログラム一式、ソースコード、設定ファイル、コンテンツデータベース）。クラウド上の本番環境にデプロイ済みの状態で納品し、必要なアクセス権限（管理者アカウント等）を移譲する。

また、開発・検証環境のコードも含めリポジトリを納品し、保守開発を引き継げるようにする。

② 設計書類一式

システムの基本設計書・詳細設計書、およびインフラ構成図、データベース仕様書など技術資料の全て。コードのみならず、システムの構造や設定を第三者が理解できるよう図面や説明を添付する。特にカスタマイズ部分についてはソースコードと併せてその仕様を明記したドキュメントを提供する。

③ テスト計画書・試験結果報告書

単体テスト、結合テスト、総合テストの計画書と、その実施結果をまとめた報告書。テストケース一覧、発見バグ一覧と対処内容、性能テスト結果（負荷テストでの応答時間やサーバー負荷状況）等を含む。納品前に実施した最終受入テストの結果も記載し、仕様通り動作していることを証明する。

④ 運用管理マニュアル

システム管理者向けの運用マニュアル。システムの稼働環境や構成、バックアップ・リカバリ手順、障害発生時の対処方法、ログ確認方法など、システムを運用していく上で必要となる情報を網羅する。特に、クラウド環境の管理コンソール設定やアラート通知の仕組みなど、運用担当者が知るべき事項を詳述する。

⑤ 操作マニュアル（管理者用・一般利用者対応用）

CMS を含む管理画面の具体的操作方法を説明したマニュアル、およびユーザからの問い合わせ対応に備えた FAQ 集等。前章で述べた 3 種類のマニュアル（県管理者用、地域担当者用、観光客向けガイド用）に相当する文書もこの中に含める。画面キャプチャや実例を交えて、非 IT 職員でも理解できるやさしい表現で記述する。

⑥ プロジェクト計画書・進捗資料

当初立案したプロジェクト実行計画書と、実際の進行に合わせて更新したスケジュール、体制図、課題管理表などを最終版として提出する。これにより、事業開始から完了までの経緯と成果を記録として残す。

⑦ 会議記録・報告書類

プロジェクト期間中に開催した定例会議や打合せの議事録の全て、および必要に応じ提出した中間報告書・月次報告資料等を取りまとめて納品する。電子データとしてフォルダに整理し、紙媒体でもファイリングして提出する。

⑧ その他成果物

要件定義書（システム要件を整理したドキュメント）、データ連携仕様書（API 仕様詳細など）、データセンター利用条件書（クラウド利用に関する契約事項の整理）など、契約書で要求された成果物は全て網羅する。

ソースコードやコンテンツデータそのものも電子媒体として納品物に含める。

(2) 納期と検収

上記成果物については、契約上の履行期限を令和 8 年 3 月 31 日と定め、それまでに一括納品する。

最終納品時に石川県観光連盟の担当者立ち会いのもと、成果物が所定の仕様に適合し本番環境で正常に利用可能であることを確認いただき、完成検査・検収を受ける。

なお、中間成果物についても節目でレビューと一部納品を行う。例えば、プロジェクト計画書・体制図は契約後速やかに提出（5 月中旬まで）、要件定義書・基本設計書は 6 月末までに提出、といったマイルストーンを設定する。

これら中間納品物も随時観光連盟担当者の確認・承認を得ながら進め、最終納品時にはそれら承認済み資料の集大成を提出する形とする。万一本番公開後の完成検査にて指摘事項が発生した場合は、速やかに修正の上、再度確認いただき是正完了とする。履行期限内にすべての指摘に対応し、問題のない状態とすることを保証する。

(3) 報告物・コミュニケーション

本事業では適切なプロジェクト管理のため、定期的な報告とコミュニケーションを行う。具体的な報告物・報告頻度は以下を予定している。

① 週次進捗報告

開発期間中（5～12月）は毎週、簡易な進捗レポートを提出する。前週までの作業実績、当週の予定、課題・リスク状況、要決定事項などをA4数枚にまとめ、メールで共有する。これにより観光連盟担当者が常に状況を把握できるようにする。

② 月次報告会/書

各月末または翌月初に、月次のまとめ報告会を開催し、進捗、成果、課題、翌月計画を説明する。会議後、月次報告書を提出する。報告書には当月の作業概要、達成したマイルストーン、発生中の課題と対応状況、予算消化状況などを記載する。

③ ミーティング議事録

定例会議・臨時会議のたびに議事録を作成し、会議終了後3営業日以内に提出する。議事録には会議日時・出席者、議題、決定事項、アクションアイテム（担当者・期限付き）を明確に記載し、後日の参照に耐えるものとする。議事録は電子ファイルで共有するとともに、必要なら紙でも提出する。

④ 課題管理表

プロジェクトで発生した課題やリスクは一元管理する。

課題管理表には課題内容、発生日、重要度、担当者、対応状況、完了日等を記録し、最新状態を常に共有する。

この課題表は観光連盟担当者ともリアルタイムに共有し、都度コメントや指示をいただけるようにする。納品時には最終版を提出し、全課題がクローズしていることの確認を求める。

⑤ 最終報告書

- ・ 事業完了時には、成果概要や KPI の初期値、今後の展望をまとめた最終報告書を提出する。これは委託業務全体の総括として位置づけ、事業目的の達成状況や本プラットフォームの位置づけ、期待効果などを整理したドキュメントとなる。
- ・ 関係者向け説明資料としても活用できるよう工夫する。

(4) KPI 達成目標

本事業の成功指標となる KPI については、第 6 章で触れた内容を踏まえつつ、具体的な目標値を設定する。いくつか重要な KPI とその目標値の例を挙げる。

尚、KPI についても、本書ではあくまで仮定であり、現実的妥当性のある数値の提案を決して妨げるモノではない。

① プラットフォーム利用者数

リリース初年度（令和 7 年度）末までに月間アクティブユーザ数（MAU）1 万人を目標とする。その後 3 年間で倍増し、最終的に月間 2～3 万人規模の利用を目指す。

② 予約・購入件数

本プラットフォーム経由の宿泊・体験予約件数を初年度 500 件、3 年後までに年間 5,000 件規模へ引き上げる。電子クーポン利用数は初年度 1,000 件、3 年後 5,000 件を目標とする。

③ 周遊促進効果

本プラットフォーム利用者の平均訪問スポット数を、利用しない旅行者に比べ 20%以上増加させることを目標とする（例：平均訪問スポット数を 2.5 箇所から 3.0 箇所へ向上）。

また、能登エリアへの訪問者数を前年同期比+10%増を目指す（キャンペーン効果も含め）。

④ 多言語利用率

インバウンド利用者の本プラットフォーム利用率（例：訪日客のうち何%が当サービスを利用したか）を測定し、初年度 20%以上、将来的に 50%を目標値とする。これにより外国人旅行者の標準ツールとして定着を図る。

⑤ 満足度・継続利用意向

サイト利用後のアンケートで「満足」「非常に満足」と回答したユーザ割合を 80%以上、また「また石川県旅行時に利用したい」という再利用意向を 90%以上獲得することを目標とする。これら定性的指標も追跡し、UX 改善の指針とする。

上記の目標値は現時点の想定であり、事業開始後にベースラインデータを収集しつつ、現実的かつ意欲的な数値にブラッシュアップする。

KPI は運営事務局で定期的にレビューし、達成状況をチェックする。目標未達の項目については、その原因を分析（例：プロモーション不足なのか、機能上の課題なのか）し、次期アクションプランに反映する。KPI 管理そのものも PDCA サイクルで運用し、本プラットフォームが持続的に発展していくようマネジメントする。

10. 指示条件および提案要件

(1) コンテンツの掲載について

- ・ 本事業では、他サイト等で既に掲載されている施設や事業者の観光情報を活用し、デジタルマップへスムーズに移行することを基本とする。情報収集・掲載にあたり、既存のデータ・画像・紹介文等の活用を優先し、各事業者の再提出や重複作業の負担が最小限となるよう十分に配慮すること。

(2) 「今行ける能登」地図事業の運営体制を参考とすること

- ・ 令和 6 年度に「ほっと石川旅ねっと」と連携して実施された「今行ける能登」地図事業の運営事務局体制・業務フロー・コンテンツ更新手順等を参考にし、運営負担が適切に分散される実行可能な事務局体制の構築を図ること。

(3) 提案要件（実績提示）

- ・ 提案事業者は、令和 4 年度以降に自治体・DMO・観光連盟等と連携して実施した同様もしくは類似の観光情報提供・観光マップ・観光 DX 関連事業の実績を有していることを条件とする。
- ・ 提案書には、以下を含めて記載すること：
 - ・ 事業名称
 - ・ 実施年度
 - ・ 発注元
 - ・ 事業内容の要約（地図機能、CMS 構築、事務局運営、分析、予約連携など）※例：令和 5 年度 ○○市観光情報マップ構築業務、令和 4 年度
△△DMO 観光 CRM 導入支援 など

但し、実績の提示に際し、案件名や事業者名などの固有名詞の開示に秘密保持上の制約がある場合は、提案内容が実施に至った場合の蓋然性と具体性が十分である記述や図解や要因の提示で補うことは認められる。