

令和8年度観光事業者のインバウンド対応力強化のためのアドバイザー派遣事業

No.	項目	内容
1	「観光事業者」の定義について	本事業における「観光事業者」「観光関連事業者」とは、具体的にどのような事業者・団体を想定されていますでしょうか。対象範囲について、例えば文化の担い手、飲食事業者、宿泊事業者、旅行事業者などが含まれるのか、ご教示ください。
		<p><回答></p> <p>外国人観光客を直接受け入れる施設を対象としています。例えば文化体験コンテンツ提供事業者・宿泊施設・飲食店・観光入場施設・土産物店などを想定しています。</p>
2	企画提案の範囲について	仕様書に記載された内容に加え、本事業の目的達成や効果向上に資すると考えられる独自提案についても、企画提案書に盛り込むことは可能でしょうか。
		<p><回答></p> <p>実施要領7（2）に記載のとおり、仕様書によらない企画案も受け付けます。</p>
3	「OTA 戦略など」の対象範囲について	仕様書に記載されている「OTA 戦略など」とは、OTA 以外にどのような販路・媒体を想定されておりますでしょうか。具体例等がございましたらご教示ください。
		<p><回答></p> <p>例えば情報発信の手法としての SNS の運用や、GBP (Google Business Profile) の適切な管理などを想定しています。</p>
4	6月開催予定セミナーとの関係性について	既に6月に「石川県観光関連事業者向け OTA 掲載 / 誘客促進セミナー ～売れる商品作りと、販路開拓について～」の実施が予定されているかと存じますが、内容を拝見する限り、本事業の趣旨と近い部分があるように感じております。そのような中で、今回あらためて本事業を公募されている背景には、6月実施のセミナー・事業者様支援とは異なる役割や位置づけを想定されているのではないかと推察しております。差し支えない範囲で構いませんので、6月実施分と本事業とのすみ分けや、今回の公募に込められた背景・意図などがございましたら、ご教示いただけますと幸いです。
		<p><回答></p> <p>質問にある6月開催のセミナーは「インバウンド獲得のための海外 OTA 活用実践セミナー」（以下、「6月開催セミナー」といいます。）のことと推察しますが、そのうえで「6月開催セミナー」及び事業者支援は主に体験コンテンツ提供事業</p>

	<p>者を対象に、コンテンツの磨き上げやOTAを活用した販路拡大が目的です。</p> <p>一方、本事業の目的は、観光事業者の総合的なインバウンド対応力の強化にあります。</p> <p>仕様書（案）では「OTAへの新規掲載または既存掲載の改善件数15件」を期待する効果として設定していますが、OTA戦略に限定せず、情報発信や販売手法の多角化・受入環境整備等、対応力向上に有効な取組みによる成果も含めて評価の対象及び期待する効果とします。</p>
--	--