

只見線認知度向上・乗車促進プロモーション業務委託仕様書

第1 事業の目的

JR 只見線は 2022 年 10 月 1 日の全線運転再開により多くの注目を集め、多くの観光客が訪れている。しかし、交通利便性の低さや、観光コンテンツの不足等により、首都圏をはじめとする全国的な認知度が依然として低い状況にある。

そのため、全線運転再開による注目や人気を一過性のものとせず、只見線の魅力を最大限に発信し、認知度向上と利用者数の増加を図るプロモーションを実施する。

また、乗車人数が著しく少ない県管理区間（会津川口駅～只見駅間）においては、同区間の利用を重点的に促進し、只見線全体の利用促進につなげることを目的とする。

第2 背景・現状

JR 只見線は 2022 年 10 月 1 日に全線運転再開を果たし、絶景を楽しめる路線として全国から多くの旅行客が訪れた。県管理区間における平均通過人員は、目標値 100 人/日（2027 年度）に対し、79 人/日（2022 年度）（※9 月までの半年間はバスによる代行運行）、103 人/日（2023 年度）と目標値を達成した。

また、全区間（会津若松駅～小出駅）での平均通過人員も、目標値 350 人/日（2027 年度）に対し、257 人/日（2022 年度）、280 人/日（2023 年度）と堅調に推移している。

しかし、現在は全線再開に伴う需要が落ち着きつつあり、利用者数が減少傾向にあるため、当時の盛り上がりを一過性のものとせず、利用者を維持・拡大するための施策検討が課題となっている。

特に県管理区間においては、乗車人数の減少が顕著であり、市街地から遠方にある同区間へ「時間をかけてでも乗りたい」と思わせる誘客促進の推進が必要不可欠である。

第3 課題・分析

県管理区間の乗車人数減少に関する課題・分析は以下のとおり。

- 1 同区間の運行本数は 1 日 3 往復と少なく、列車を利用した観光が困難であるため、自家用車やレンタカーでの移動が中心となり、只見線の乗車に結びついていない。
- 2 会津若松駅を発着とする日帰り旅行の場合、時間的余裕の観点から会津川口駅で折り返す行程となりやすく、同区間まで足を伸ばされていない。
- 3 同区間及び到着駅周辺において魅力的な観光コンテンツ（キラーコンテンツ）が不足している。

第4 委託事業の内容

只見線の認知度向上及び利用者の維持・拡大に資すると期待できるプロモーションを実施すること。

プロモーションの内容については提案者独自の知見やノウハウを活かし、自由提案とするが、県管理区間の乗車につながる誘客促進施策を必須要素とする。

- 1 ターゲット選定

提案要素とする。(※国内客へのアプローチに特化するため、インバウンドは除く)
上記第1から第3の内容を踏まえ、認知度向上及び只見線の利用促進に効果的なターゲットを設定すること。

2 内容

提案要素とする。

上記第1から第3の内容を踏まえ、認知度向上及び只見線の利用促進に効果的な施策を提案すること。

3 想定されるプロモーション事業例

- ・乗車促進に向けた沿線地域での観光コンテンツの企画・活用
- ・ターゲット層に向けた効果的なイベント等の実施・出展
- ・各種マスメディア・ソーシャルメディア等を活用した情報発信(テレビCM、ラジオ、交通広告、デジタルサイネージ、旅行誌、インフルエンサー等を活用したプロモーション、ポスターの制作及び掲示等)
- ・乗車への動機付けとなるノベルティ等の企画・活用

※具体的な事業内容は受託者決定後に県と協議の上確定するため、提案内容から変更となる場合がある。

第5 留意事項

- 1 印刷物等には他者の著作権その他の権利が及ぶ素材の使用を避けること。
- 2 年間を通して行われるすべての運営事業について委託者と協議を行い、進捗状況について定期的に委託者に報告すること。また、委託者または受託者が必要と認める時期に必要な打合せを行うこと。
- 3 受託者は本業務について機密を守り、業務内容を許可なく第三者に公表、転用及び貸与してはならない。
- 4 事業実施にあたり必要な事業の一切を行うこと。
- 5 制作物に「令和8年度福島特定原子力施設地域振興交付金事業」と表記すること。
- 6 事業実施上必要な画像や動画、ガイドブック等については提供が可能である。

第6 提出書類

	書類名	提出期限
1	着手届【様式1-1】	事業着手後7日以内
2	責任者等届【様式1-2】	事業着手後7日以内
3	完了届【様式3-1】	事業完了後7日以内
4	実績報告書【様式3-2】 収支決算書【様式3-3】	事業完了後15日以内かつ令和8年3月31日以前
5	その他必要と認められるもの	委託者が指定する日

