

# 「京都ファン」の観光客に対する京都の魅力調査 業務委託仕様書（プロポーザル企画提案用）

## 1 業務名

「京都ファン」の観光客に対する京都の魅力調査

## 2 業務の目的

「京都観光・MICE振興計画2030」（仮称）<sup>1</sup>では、京都市が目指す姿として「多彩な共創で未来を切り拓く観光・MICE」を掲げ、多様で奥深い京都の魅力をいかして多彩な人々を呼び込み、「京都ファン」を核とした共創を通して京都の魅力・活力の向上を図ることを予定している。

一方で、中長期的には、文化や観光の担い手の不足や、生活様式の変化、外国人観光客の急増といった大きな変化の中で、京都の魅力が将来にわたり当然に維持される状況にはないという大きな課題がある。

このため、本業務では、京都又は京都観光に対する「好感度」及び「応援意向」が高く、かつ、「京都観光行動基準」（京都観光モラル）<sup>2</sup>、「ツーリストシップ」<sup>3</sup>に共感いただける「京都ファン」の観光客（以下、単に「京都ファン」という。）を対象に、「京都の魅力<sup>4</sup>は何か」、「これからも京都にお越しいただくためにはどうすればよいか」等の調査・分析等を行い、多様で奥深い観光体験の創出・磨き上げ等に活用しようとするものである。

## 3 業務の期間

令和8年4月1日（水）から令和9年3月31日（水）まで

## 4 業務の内容

### (1) 仮説の設定

- 4(2)以下の業務に着手する前提として、京都市公式ホームページ「京都市情報館」等の公開情報に基づき、「京都観光・MICE振興計画2030」（仮称）や京都市の各種事業等の取組状況等を理解した上で、4(8)の出口戦略に向けての仮説を設定し、仮説に基づき4(2)以下の業務を実施すること。
- 仮説設定の内容については、プロポーザルの企画提案書において案を提示すること。
- 設定した仮説については、発注者との協議に基づき、適宜、柔軟に見直しを行うこと。

<sup>1</sup> 令和8～12年度を計画期間とする京都市の観光・MICE政策の計画。令和7年度末予定。本計画の最終案については、「第3回京都市観光振興審議会」（令和8年1月16日開催）資料を参照すること。

<sup>2</sup> 観光関連事業者・従事者等、観光客及び市民といった京都観光にかかわる全ての人々が、お互いを尊重しあえる関係を築けるよう、各者と共に大切にしていきたい行動の基準を取りまとめたもの（令和2年11月策定）。

<sup>3</sup> 京都を拠点とする一般社団法人ツーリストシップが提唱する言葉で、旅先に配慮・貢献しながら交流を楽しむ姿勢やその行動を指す。「京都観光行動基準」（京都観光モラル）で観光客向けに示している理念と同一の趣旨。

<sup>4</sup> 京都市では、「京都基本構想」や、「京都学藝衆構想」に掲げる価値観を、主な京都の魅力として想定（令和7年12月12日市長記者発表資料参照）。

## (2) アンケート調査

### ア 概要

- 京都への旅行経験のある日本人、外国人それぞれを対象に、以下のとおりアンケート調査を実施すること。

#### (7) 調査手法

- アンケート調査（Web調査等による）

#### (イ) 調査対象者及び想定有効サンプル数

- 京都への旅行経験のある日本人、外国人を対象にアンケート調査を実施すること。実施に当たっては、以下の有効サンプル数を確保すること。

➤日本人：約1,500サンプル  
➤外国人：欧州、米国、アジアの3エリアを対象に、エリアごとに約500サンプル、合計約1,500サンプル

- なお、原則、直近3年以内に京都への旅行経験のある日本人、外国人を対象に調査することとするが、これに拠り難い場合は、その理由及び代替案を企画提案書に明記すること。

#### (ウ) 想定調査事項

- 現時点で想定している調査事項は下表のとおり。

区分	調査事項イメージ
基本属性	性別、年齢、所得、京都への訪問回数、訪問頻度、訪問頻度の増減 等
「京都ファン」度	京都又は京都観光に対する好感度、応援意向
旅程傾向	京都滞在中、どのような旅程を組まれることが多いか
消費傾向	京都滞在中、どのような消費傾向にあるか
取得情報源	京都観光の際の旅マエ・旅ナカにおける情報源
ツーリストシップ 関連	訪問地域を思いやる意識、地域住民との交流意欲、度々訪れる特定の場所 等
京都の魅力	どういった点に京都又は京都観光の魅力を感じているか
京都のまちの変化	昨今の京都のまちの変化についてどのように感じているか

- 調査票の設計に当たっては、自由記述欄を大きく設ける等、一定、深層意識を把握できる設計となるよう努めること。
- 基本属性、旅程傾向等は、「京都観光総合調査」においても調査している項目であるが、クロス集計を行うため、本アンケート調査においても、必要な範囲で設問に盛り込むこと。
- 表記のほか、発注者の指示に従い、京都市の各事業の効果測定を行うための設問を盛り込むこと。
- なお、調査事項の詳細は発注者との協議のうえ決定するが、プロポーザルの時点で特段の提案がある場合は、プロポーザルの企画提案書において案を提示すること。

## イ 留意事項

- 京都市が例年実施している「京都観光総合調査」<sup>5</sup>との棲み分けを意識したアンケート調査となるよう留意すること。
- とりわけ設問設計及び実査に当たっては、発注者及び発注者が指定する者（京都市政策推進パートナー等を想定）の意見を反映させること。

## (3) インタビュー調査

### ア 概要

- 4(2)において「京都ファン」のおおよその意識の傾向を把握した上で、当該傾向を深掘りする趣旨で、「京都ファン」の日本人、外国人それぞれを対象に、以下のとおりインタビュー調査を実施すること。

### (7) 調査手法

- 以下の形によりインタビュー調査を実施すること。

- 日本人：対面によるグループインタビュー（4(3)ア(イ)に記載の合計12属性ごとにそれぞれグループを組み実施）
- 外国人：対面又はWebによるグループ又は個別インタビュー

### (4) 調査対象者及び想定有効サンプル数

- 京都への旅行経験のある日本人、外国人のうち、「京都ファン」を対象に、インタビュー調査を実施すること。実施に当たっては、以下の有効サンプル数を確保すること。

- 日本人：
  - ① 直近で京都への訪問頻度が減少していない「京都ファン」  
若年層、中年層、高年層及び近畿圏、関東圏、その他圏域の9属性に分類し、各属性4サンプル、合計36サンプル
  - ② 直近で京都への訪問頻度が減少傾向にある「京都ファン」  
若年層、中年層、高年層の3属性に分類し、各属性4サンプル、合計12サンプル
- 外国人：欧州、米国、アジアの3エリアを対象に、エリアごとに4サンプル、合計12サンプル

- なお、原則、直近3年以内に京都への旅行経験のある日本人、外国人（ビジネスを主目的に来訪している者を除く。）を対象に調査することとするが、これに拠り難い場合は、その理由及び代替案を企画提案書に明記すること。
- インタビュー調査は、原則、4(2)のアンケート調査の回答者からスクリーニングした「京都ファン」を対象に実施することを想定しているが、これに拠り難い場合は、その理由及び代替案を企画提案書に明記すること。
- とりわけ日本人を対象としたインタビュー調査は、対象者を表記の属性に分類して実施することを想定しているが、他に有効な属性の分類方法等がある場合は、その理由及び代替案を企画提案書に明記すること。

<sup>5</sup> 観光客数や観光消費額等の基礎数値をはじめ、観光客の満足度等の意識、京都市への訪問回数等の動向、観光客の持続可能な観光に対する意向等を調査するもの。

#### (ウ) ファシリテーターの配置

- 日本人観光客のグループインタビューは、4(3)ア(イ)に記載の合計12属性ごとにそれぞれグループを組み実施するものとし、実施に当たっては、各グループに1名(合計12名)、発注者が指定する京都市内在住の「京都ファン」をファシリテーターとして配置すること。
- ファシリテーターには、委託料の範囲内において、1名当たり10,000円(源泉所得税相当額を除く)の報酬及び市内交通費相当額を支払うこと。
- ファシリテーターもグループインタビューにおける意見交換に参加するものとし、ファシリテーターの意見は、京都市内在住の「京都ファン」の意識の傾向として集計し、京都市外在住の「京都ファン」との意識の比較に活用すること。
- なお、前述のとおり、ファシリテーターは発注者が指定することを想定しているが、プロポーザルの時点で特段の提案がある場合は、プロポーザルの企画提案書において案を提示すること。

#### (イ) 想定調査事項

- 本インタビュー調査は、京都又は京都観光のどのようなところに好感を持っているかといったインサイトを引き出す目的の調査であることを踏まえ、原則、京都又は京都観光に対するポジティブな側面を中心に掘り下げてインタビューすることとし、ネガティブな側面については、インタビューの終盤に、論点を絞って限定的に調査することを予定している。
- 現時点で想定している調査事項は以下のとおり。

##### ▶日本人：

- ① 直近で京都への訪問頻度が減少していない「京都ファン」
  - ・京都又は京都観光の魅力は何か
  - ・これからも京都にお越しいただくためにはどうすればよいか
  - ・日本人観光客が減少しているとすれば、どのような理由か
- ② 直近で京都への訪問頻度が減少傾向にある「京都ファン」
  - ・京都又は京都観光の魅力は何か
  - ・直近で訪問頻度が減少傾向にある理由は何か

##### ▶外国人

- ・京都又は京都観光の魅力は何か
- ・これからも京都にお越しいただくためにはどうすればよいか
- ・京都観光が抱える課題は何か

- なお、調査事項の詳細は発注者との協議のうえ決定するが、プロポーザルの時点で特段の提案がある場合は、プロポーザルの企画提案書において案を提示すること。

#### イ 留意事項

- とりわけ設問設計及び実査に当たっては、発注者及び発注者が指定する者(京都市政策推進パートナー等を想定)の意見を反映させること。

#### (4) 観光関連事業者へのヒアリング調査

- 京都観光に関わる国内外の事業者(国内、海外それぞれ5~10社(合計10~20社)程度)を対象に、ロイヤルカスタマーの趣向の傾向や、直近の京都観光に係る動向、トレンド、評価等に関するヒアリング調査を実施すること。

- ヒアリング対象の業種、事業者及びヒアリング項目については、本業務委託の趣旨を考慮したうえで、プロポーザルの企画提案書において案を提示すること。

#### (5) 国内外ベンチマーク調査

- 観光政策に関連する特定のテーマ3～5件程度について、国内外の他都市等を対象にベンチマーク調査を実施すること（デスクトップ調査、ヒアリング調査等、具体的な実施手法は問わない。）。
- 調査テーマについては、高付加価値旅行者誘致、ファンコミュニティ（観光 CRM（Customer Relationship Management））、周遊・分散観光の促進、観光課題対策等が想定されるが、詳細については、本業務委託の趣旨を考慮したうえで、プロポーザルの企画提案書において案を提示すること。

#### (6) 「調査結果報告書」の作成

- 4(2)～(5)の調査結果は、速報として取りまとめるとともに、後日、詳細を分析の上、「調査結果報告書」として取りまとめること。
- 「調査結果報告書」は、可能な限り、文化芸術、文化財、伝統産業、景観政策等の観光政策に関連する他の政策分野においても参考となる内容となるよう努めること。

#### (7) 「共有ツール」の作成

- 観光関連事業者等（宿泊、飲食、観光土産、旅行事業者や、伝統文化、文化芸術等の観光体験に関連する事業者等を想定）において、4(6)を踏まえたコンテンツ作成が主体的に実施されることを促進する目的から、「調査結果報告書」の内容を事業者に横展開するための「共有ツール」を作成すること。
- 「共有ツール」は、リーフレット、冊子、Webテキスト等の媒体を想定しているが、詳細については、プロポーザルの企画提案書において案を提示すること。
- 「共有ツール」の作成に当たっては、政策論や専門用語に精通していない様々な事業者等と共有することを念頭に、分かりやすい内容とすること。
- なお、市民、観光客に横展開するための「共有ツール」の作成等に関しても、独自の提案がある場合は、プロポーザルの企画提案書において案を提示すること。

#### (8) 「最終報告書」の作成

- 以下の内容について、「最終報告書」として取りまとめること。

- 4(1)を踏まえるとともに、4(6)の内容や、京都市の他の観光統計<sup>6</sup>、京都市の既存事業の現状等を総合的に勘案した上で、今後、既存事業の精査や、新規事業の企画・立案等を行っていく上で有用となる具体的な出口戦略の提案
- 「共有ツール」の今後の活用方法
- 本事業の総括

- 「最終報告書」の作成に当たっては、京都市の既存事業の正確な現状把握に努めるとともに、とりわけ「京都観光・MICE振興計画2030」（仮称）の内容を十分に踏まえたものとする。

<sup>6</sup> 「京都観光総合調査」、「京都観光に関する市民意識調査」、「京都観光事業者・従事者実態調査」、「京都市観光協会データ月報」等

## 5 成果物の納品期限等

- 4(1)の仮説設定は令和8年4月30日(木)までに発注者との協議を終えること。ただし、設定した仮説については、発注者との協議に基づき、適宜、柔軟に見直しを行うこと。
- 4(2)~(8)に係る成果物の納品期限は下表のとおり。

区分	納品期限
4(6)集計結果の速報	令和8年7月31日(金)
4(2)~(5)に係るローデータ及び4(6)「調査結果報告書」	令和8年9月15日(火)
4(7)、(8)	令和9年2月26日(金)

- 納品物の媒体(紙、データ)、データ形式等の詳細は、発注者との協議のうえ決定すること。
- なお、成果物の納品後、契約期間満了までの間に、発注者から4(6)~(8)の成果物の微修正等の指示があった場合は、適宜、対応すること。

## 6 その他

- 事業の実施に当たっては、「京都観光・MICE振興計画2030」(仮称)の内容を十分に踏まえること。
- 調査時期、設問設計、実査、分析、「共有ツール」及び各種報告書の作成等、本事業に関わる一切の事項は、契約締結後、発注者との協議のうえ詳細を決定するものとする。
- 本業務委託に係る委託料には、調査経費、印刷費、交通費、会場費、通信運搬費等、本事業の実施に係る一切の経費を含むものとする。
- 本事業の実施により得られた成果物の著作権、著作権等の一切の権利は発注者に帰属するものとする。
- その他、本仕様書に定めのない事項については、発注者との協議のうえ詳細を決定するものとする。