

令和8年度「Adventure KYOTO」推進に向けた市場調査及び戦略策定業務委託仕様書

1 委託業務名

令和8年度「Adventure KYOTO」推進に向けた市場調査及び戦略策定業務

2 委託期間

令和8年4月1日（水）から令和9年3月31日（水）まで

3 業務目的

京都市では、一部観光地の集中緩和と各エリアの地域活性化を一層推進するため、京都ならではの歴史・文化に基づく多様なテーマやコンテンツを活用し、京都府や滋賀県等の近隣自治体と連携した広域的な周遊観光を推進していくこととしている。

本業務では、周辺地域との歴史的な繋がりで育まれた京都ならではの文化と、周辺の「自然資源（山・森・川・街道）」などを融合させたアドベンチャーツーリズム¹（以下「AT」という。）を推進するに当たり、広域周遊観光の新たなブランド「Adventure KYOTO」（仮称）（以下「Adventure KYOTO」という。）の確立に向け、客観的なデータに基づき潜在ニーズや観光資源の評価、及び競合優位性などを把握し、実効性の高い令和9年度以降の実施計画（ロードマップ）を策定することを目的とする。

なお、調査に当たっては、観光課題解決という動機を積極的価値に転換する視点を持つとともに、京都ならではの価値を再認識しATにおける「京都モデル」の実現可能性についても検証する。

とりわけ、令和9年度以降を見据えた「京都モデル」（Adventure KYOTO）を独自に構築・実施していくためには、地域で活躍する関係者（地元事業者、DMC、個人ガイド等）との強固なネットワーク構築と、地域からの要望把握や合意形成が不可欠である。

したがって、本業務においては、データ等に基づく市場ニーズの把握を前提としつつも、関連事業者との意見交換会やワークショップを通じた「ネットワーキングの構築」を最優先事項として位置づけ、地域プレイヤーと一体となった実施計画（ロードマップ）を作成することを重視する。

4 業務内容

受託者は、業務開始に先立ち、詳細なスケジュールを作成し、発注者と密接に連携し、十分な協議のうえで業務を進めること。

なお、事業実施方法や進捗状況の確認等、円滑な事業実施のために、定期的に発注者と打合せし、情報共有・連絡調整すること（少なくとも2週間に1回、オンラインも検討可）。

(1) 「仮説の設定」と検証プロセスの構築

4(2)以下の業務に着手する前提として、京都市公式ウェブページ「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）²や京都市の各

¹ アドベンチャーツーリズムとは、「自然」、「アクティビティ」、「文化体験」の3要素のうち、2つ以上で構成される旅行。

² 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。

種事業等の取組状況等を理解した上で、広域周遊観光の新たなブランド「Adventure KYOTO」の確立に向けた仮説を構築・提示し、4(2)以下の業務を実施すること。

以下の項目について仮説を設定し、企画提案書において案を提示すること。企画提案時には、現時点で考える「仮説」とそれを裏付ける根拠（既存データ等）を提示することになるが、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。

ア ターゲットの特性と選定根拠の提示

ターゲットとする地域、国、顧客を複数候補からできるだけ具体的に絞り込み、その選定や優先順位を付けた理由などを客観的なデータ（市場規模、消費単価、顧客の収入、A T嗜好性等）に基づき、論理的に説明すること。

イ 提供可能な価値の仮説

ターゲットが抱える「観光課題への不満」や「奥深い日本文化体験への欲求」に対し、京都が提供できる独自の価値を提示すること。

(2) 京都市内及び周辺地域に潜在する観光資源調査とキーパーソンの調査

「自然」、「アクティビティ」、「文化体験」の要素を含んだ様々な観光資源となる施設、事業者、個人などが持つコンテンツ情報を調査、発掘すること。特に、4(3)のネットワークの核となる地域のキーパーソン（DMC、ローカルガイド等）を早期に特定すること。

現時点で想定している調査事項は以下のとおり。

ア 想定する調査対象エリア

京都市全域のほか、京都府域及び隣接市町村を想定する。ただし、京都市外の調査に当たっては、京都市域と地理的、歴史的もしくは文化的な関係があるエリアであること（例：比叡山（滋賀県）、鯖街道（滋賀県、福井県）など）。単なる場所の調査ではなく、A Tの3要素を組み合わせたストーリー性を見つけ、提案すること。

イ 想定する調査項目

・施設、事業者、協力者の情報

対外的に公開可能な情報と非公開の情報（個人情報など）を分けてとりまとめること。

・提供可能なサービス

「旅」を提供していくためのウリ（体験）、ヤド（宿）、アシ（交通手段）、ヒト（人材）等を体系立てて調査すること。単に「宿泊ができる」、「食事ができる」だけではなく、特徴や付加価値の要素を把握した調査を行うこと。また、現時点ではサービスとして販売、流通していないが、今後の創意工夫により商品価値を持つ潜在的な観光資源についても調査を行うこと。

(3) 関連事業者・対象者との意見交換会・ワークショップ等を通じたネットワーク構築

本業務の最優先事項として、「Adventure KYOTO」に関わる関連事業者・対象者が共通認識を持つための場を創出すること。4(2)の観光資源調査によって判明した関係者（事業者や施設管理者、個人）を対象に、地域の要望把握、合意形成、及びネットワーク構築のための意見交換会・ワークショップ・セミナー等を3回以上実施すること。実施時期は早期のコミュニティ形成を図るため、柔軟に設定すること。

講師の派遣など、意見交換会・ワークショップ・セミナー等の実施手法について制限は設けないが、4(2)「京都市内及び周辺地域に潜在する観光資源調査とキーパーソンの調査」と4(8)「最終報告書」の作成を念頭に企画すること。

(4) 国内外の競合比較・先行事例調査

設定した仮説を補強・検証するため、国内外の競合比較（熊野古道や中山道など）及び先進的なAT事例について、それぞれ少なくとも3事例以上（海外事例を必ず含む）を選定し、調査を行うこと（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）。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提示し、「Adventure KYOTO」の独自の優位性・劣後性を検証すること。

(5) デジタル・インサイト及びセンチメント分析（感情分析）による市場トレンド調査

ソーシャルリスニングを用いて、市場における「京都」×「自然」・「アクティビティ」・「文化体験」などに関する情報発信・口コミを分析し、把握できていない魅力や既存の観光地に対する不満や、混雑を避けてでも得たい体験のキーワード、旅行者の本音（トレンド、ニーズ）を抽出するため、①想定する対象言語・市場（主要ターゲット国）、②想定する対象メディア（SNS、口コミ、ウェブサイト上の行動観察等）、及び③想定する調査項目などについて、具体的に提案すること。

また、単なるキーワード集計ではなく、旅行者が抱く「京都の自然」に対する精神的価値（Spirituality）や未充足の不満等を可視化すること。分析対象期間は原則として直近3か年以上とすること。

なお、具体的な調査手法については、提案者の独自調査ルート、類似事例の経験があればその内容を記載するなど、調査の具体性や実現性を高め、効果的な提案となるよう工夫すること。

(6) 想定されるターゲット層へのインタビュー調査

仮説で設定したターゲット層の「支払意思額、支払可能額」とその対価となる「価値」「価値の評価基準」を特定するため、WEBアンケート等の定量調査ではなく、定性的な調査を行うこと。

ターゲットとする市場において送客実績をもつトラベルデザイナー、エージェンツ等、10件以上（少なくとも海外のエージェンツ等を5件以上含むこと）を対象に、顧客の趣向や、直近の京都観光に係る動向、トレンド、評価等に関するインタビュー調査を実施すること。また、可能な限り、ターゲット地域からの訪日経験があり、かつ他国も含めこれまでにATの実施経験がある個人についてもインタビューすること。

以下の項目を参考にインタビュー調査を取りまとめること。

ア コンセプトの受容性

「自然体験」「アクティビティ体験」「文化体験」のバランスについて、京都に求める期待値。

イ サービス水準

体験内容（特別感）、食事、宿泊、ガイドの質（ランドオペレーターの必要性）、移動などにおいて、高額商品を販売するために必要とされるサービスの最低条件（衛生基準、プライバシー）の特定。

ウ 競合比較

国内外の競合都市（熊野古道や中山道など）と比較した場合の、京都の優位性・劣後性。

(7) 「調査結果速報」と「調査結果報告書」の作成

上記(2)～(6)による「調査結果速報」を令和8年8月末時点で報告すること。この速報には、令和9年度以降のAT実施の根拠となる「優先ターゲット市場」及び「主要施策」の骨子を含めること。

その後、「調査結果報告書」は、京都観光の新たな選択肢として「Adventure KYOTO」がブランド化できるかの観点を盛り込み、国内外の他都市等の比較から京都の強みが分かるよう分析するとともに、ランドオペレーターの必要性などについても取りまとめ、令和8年9月15日までに報告すること。

「(2)京都市内及び周辺地域に潜在する観光資源調査とキーパーソンの調査」については、令和8年8月末時点で把握している限りの情報を体系立てて取りまとめること。

(8) 「最終報告書」の作成（「Adventure KYOTO」の戦略（ロードマップ）策定）

上記(1)～(7)の結果に基づき、本調査の総括として、以下の内容を盛り込み「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、今後の「Adventure KYOTO」推進のための指針を作成し、実施していく上で有用となる具体的な出口戦略を提示すること。

なお、「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。

ア ブランドコンセプトの定義（言語化）

京都のアドベンチャーツーリズムが訴求すべきコア・バリュー（共有すべき価値観）を言語化する。また、調査によって得た情報を元に「価値観別整理（どのようなベネフィットを提供できるか）」、「市場別整理（どういったターゲットに向けて提供すべきか）」を明確にすること。

イ 市場ニーズと有望コンテンツをとりまとめたロングリストの作成

調査で判明した市場ニーズと、調査・発掘した観光資源を体系的に並べ、親和性や将来性、発展性などを踏まえた分析を行うこと。

ウ 潜在的な可能性の認識と今後の課題及び取組の方向性の提示

現状を確認し潜在的な可能性を認識するため、3本以上のモデルコース

案（例：想定販売価格、想定される地域の収益還元モデルや協力事業者への支払い単価の考え方、工程表、ターゲット、受け入れ体制等）を提示すること。また、調査の過程で見えてきた課題や今後取り組むべき事項を明記すること。

エ ランドオペレーター（ツアーオペレーター）やローカルガイドの必要性和育成（確保）策

「旅」を提供していくためのウリ（体験）、ヤド（宿）、アシ（交通手段）、ヒト（人材）など「商品やサービスを提供する者」を整備するだけでなく、「市場からの細かなニーズに対応するコーディネーター役」であるランドオペレーター、ローカルガイドの必要性・可能性について、取りまとめること。

商品やサービスを単に提供するのではなく、その文化的価値や歴史的背景、地理的な特徴を絡めた案内ができるローカルガイドの必要性和育成（確保）策を提示すること。

オ 実施計画の精緻化（令和9年度～令和12年度末まで）

ア～エまでのとりまとめを踏まえ、特に令和9年度～令和12年度末まで実施すべき内容（コンテンツ素材集の制作、商品造成、人材育成、受入環境整備、プロモーション、販売ルートなど）について、各段階における具体的なアクションプランを明記すること。また、各年における成果指標（KPI）も設定し提示すること。

カ 公開を前提とした計画

本市ホームページ等での公開を前提としたとりまとめを行うこと。非公開情報がある場合は、別冊にまとめるなど調整すること。

キ 「共有ツール」の作成

「最終報告書」の内容を関連事業者等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馴染みの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。

5 成果物の納品期限等

(1) 4(1)の仮説設定

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。

(2) 4(2)、(4)～(8)に係る成果物

4(2)、(4)～(8)に係る成果物の納品期限は下表のとおり。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（令和9年3月31日）までの間に、発注者から4(2)、(4)～(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。

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

6 留意事項

- (1) 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。
- (2) 業務の実施に当たっては、着手前に本市職員と十分に協議したうえで、その指示に従うこととし、円滑な業務遂行に努めること。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。
- (3) 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。
- (4) 本事業の実施により得られた成果物、実施計画（ロードマップ）等の著作権、著作権等の一切の権利は発注者に帰属するものとする。
- (5) 業務遂行に当たり知り得た個人情報、個人情報保護法・京都市個人情報保護条例に則り適切に管理すること。また、この業務によって知り得た個人情報及び通常秘密とされる企業情報をこの事業の目的外に使用してはならない。これは委託期間終了後も同様とする。
- (6) 受託者は、業務の全部を第三者に委託してはならない。
- (7) 受託者は、業務の一部を再委託するときは、あらかじめ書面により発注者の承認を得なければならない。
- (8) 発注者は、(7)の承認をするときは、条件を付すことができる。
- (9) 本仕様書に定めのない事項又は本仕様書に疑義が生じたときは、両者協議のうえ詳細を決定し、協議が整わない場合は発注者が定めるものとする。
- (10) 発注者が提供した資料及びデータ等については、他への流用を一切禁止する。また、本業務が終了した時点で、紙媒体の資料は速やかに返却し、電子媒体のデータ等は速やかに抹消すること。