

調査業務仕様書

1. 業務名

令和3年度お茶の京都認知度調査事業

2. 実施時期

契約締結日～令和4年3月31日

3. 背景

一般社団法人京都山城地域振興社（以下「お茶の京都 DMO」という。）では、『お茶の京都』ブランドの推進を通じて、12市町村をまたぐ広域の観光誘客活動を実施している。日本遺産「日本茶 800年の歴史散歩」をはじめとする共通したコンセプトに基づく認知拡大や魅力づくりにより、近隣県に留まらない国内外から目的地となる観光地を目指す。

上記活動結果をモニタリングする目的として、お茶の京都 DMO の「観光地域づくり戦略」の KPI では、訪問客・再訪客を対象とした観光入込客数、観光消費額、観光満足度等を設定し、実地調査にてそれらを計測してきた。一方、訪問に至る前の認知・興味段階にあたる調査は過去に実施されておらず、消費者の購買行動プロセス全体を俯瞰し、その中でどこに課題があり、施策を打つべきかを判断するためのデータ収集が求められる。

4. 目的

当事業は、お茶の京都 DMO が対象とする京都山城地域（宇治市、城陽市、八幡市、京田辺市、木津川市、久御山町、井手町、宇治田原町、笠置町、和束町、精華町、南山城村）、及び「お茶の京都」の認知度、ブランドイメージ、訪問意向の実態を把握し、旅行者の購買行動プロセスとして提唱されている DCATS モデル「Dream（認知して行きたいと思う）」→「Consider（旅行を検討する）」→「Activate（予約する）」→「Travel（旅する）」→「Share（SNS などでシェア）」を基に継続的に観光地ブランドのモニタリングをすることを目的とする。

5. 実施内容

(1) 調査方法

インターネットリサーチ

(2) 調査対象者

調査は下記の条件に合致する者を対象とする。

条件1：首都圏居住者、中京圏、関西圏に居住する18歳以上の男女

①首都圏（東京都、千葉県、埼玉県、神奈川県）

②中京圏（愛知県、岐阜県、三重県）

③関西圏（大阪府、京都府、奈良県、滋賀県）

※年齢区分は「18-24歳」「25-34歳」「35-44歳」「45-54歳」「55-64歳」「65歳-」を想定。

条件 2：過去 3 年間に自発的な理由（ワーケーション以外の仕事での出張や冠婚葬祭等の受動的な理由を除く）での国内旅行の経験がある

条件 3：（①首都圏在住の場合のみ）過去 5 年間に自発的な理由で京都府への訪問経験がある、もしくは京都への強い訪問意向がある

※上記調査対象者より、①首都圏は「関西」>「京都」>「お茶の京都」の三段階のレベルがあることから、京都への訪問を前提とした条件を付与し、その際の訪問先として選ばれるか、②中京圏は車での旅行圏内に入ることから、二時間圏内の旅先として選ばれるか、③関西圏は出かけ先でなく行ってみたい旅先として認知されているかを論点として現状分析できる調査項目を設計する。

(3) 想定設問項目

スクリーニング調査 3-4 問、本調査 20 問程度を想定する。

① スクリーニング調査項目 (3-4 問)

- ・京都府への旅行経験／訪問意向
- ・国内旅行経験／頻度／関西圏への訪問経験 等

② 基本属性設問 (4-5 問程度)

- ・性別、年齢、居住地、出身地
- ・家族構成
- ・趣味、かける金額 等

③ 旅行関連の設問 (3-4 問程度)

- ・旅行の志向性、価値観
- ・国内旅行で行きたい旅行のタイプ、したい体験
- ・国内旅行で許容される移動手段、移動時間
- ・関西エリアへの旅行形態、移動手段 等

④ 「お茶の京都」の認知 (4-5 問程度)

- ・京都市外への訪問経験
- ・京都山城地域への訪問経験／交通手段／滞在形態
- ・「お茶の京都」を見聞きした経験／シーン
- ・「お茶の京都」のイメージ

⑤ 「お茶の京都」の来訪意向 (2-3 問程度)

- ・「お茶の京都」への来訪意向度
- ・見てみたい、体験してみたいコンテンツ 等

⑥ 旅行における情報収集手段 (2-3 問程度)

- ・認知時／関心時／計画時 等

(4) 成果物

次に掲げる成果物を、令和 4 年 3 月 31 日までに、お茶の京都 DMO に提出すること。

- ・報告書 電子データ 一式 (PDF 及び Microsoft Office 等で編集可能なデータ)
- ・アンケート調査結果 電子データ 一式 (Excel 等で編集可能なデータ)

(5) 留意事項

- ① 上記の調査目的、及び想定設問項目を基に適切な設問の設計を行うこと。
- ② 事前にスクリーニング調査を行い、条件に合致する対象に対して本調査を行う。
- ③ 上記の調査対象に対し、各エリア 1,000 以上のサンプル、合計で 3,000 以上のサンプルを回収すること。
- ④ 回収した回答データは、調査対象者と一致しているチェックをすること。また、回答精度が低いと考えられるデータを排除する等、データクリーニングを行うこと。
- ⑤ 報告書の作成においては、調査項目の結果はクロス分析も含めて全て報告書に記載し、分かりやすくまとめた上で報告すること。また、グラフ及び要点を端的にまとめたコメントをつけること。
- ⑥ お茶の京都を旅先として認知し、旅行に至るまでの過程において、データよりボトルネックを明らかにし、エリア認知、来訪意向の向上につながるよう分析し、今後の効果的なプロモーション等について提案できるよう報告書でまとめること。
- ⑦ お茶の京都 DMO と調査内容、手法、スケジュール等詳細の調整をして実施計画を策定すること。

6. その他注意事項

- (1) 今回の業務委託により制作される成果物の著作権（著作権法第 27 条・第 28 条に規定する権利を含む）、所有権等、その他の一切の権利は委託者に帰属するものとする。ただし、受託者が従来から権利を有していた受託者固有の知識、技術に関する権利等（以下「権利留保分」という。）については、受託者に留保するものとし、この場合、委託者は、権利留保分についての当該権利を非独占的に使用できるものとする。
- (2) 成果物は、委託者が自由に二次使用できるものとする。
- (3) 委託業務の履行に対し、他の者が著作権を有するものを使用し、問題が生じたときは、委託者に不利益が生じないように受注者の責任においてこれを処理するものとする。
- (4) 本仕様書に記載のない項目については、別途委託者と協議の上で決定する。