

# 業務委託仕様書

## 1 委託業務名称

ビジネス拠点としての京都の魅力発信業務

## 2 委託期間

契約締結の日から令和6年3月31日（日）まで

## 3 本仕様書の位置づけ

本仕様書は、受託者が実施する内容等について最低限の基準を定めたものであり、実際の委託契約締結時には、受託者の提案を踏まえ変更する場合がある。

## 4 趣旨・目的

首都圏企業に対して、「京都で暮らし、京都から働く」新しいワークライフスタイル「Kyo-working | 京ワーキング」<sup>(※1)</sup>をPRすることで、「Kyo-working | 京ワーキング」の認知度向上を図り、ビジネス拠点としての京都市の強み<sup>(※2)</sup>を訴求するとともに、京都へ進出する可能性が高いと想定されるメインターゲット<sup>(※3)</sup>を中心に、進出の検討段階に応じて効果的に施策を展開することを目的に、本業務では以下の項目に取り組む。

(※1) 京都市企業誘致webサイト「Kyo-working | 京ワーキング」

URL : <https://kyo-working.city.kyoto.lg.jp/>

(※2) ビジネス拠点としての京都市の強み

- |                               |
|-------------------------------|
| ① 歴史と文化に彩られた京都ブランド            |
| ② イノベーションを生み出す源泉（人材の宝庫・知の集積地） |
| ③ 職住近接のコンパクトシティ（暮らしやすいまち）     |
| ④ ビジネス視点での豊富な京都ロケーション         |
| ⑤ 良好なアクセス&災害に強いまち             |
| ⑥ 充実した企業立地支援制度                |

(※3) 想定されるメインターゲット

ターゲット	ペルソナ・ニーズ
ミドル・レイターステージのスタートアップ、東京など市外のみ拠点がある企業	<ul style="list-style-type: none"><li>・PMFや10億円単位の資金調達が完了し、人員大幅に採用して一気に事業拡大を目指している状態</li><li>・経験者採用・リファラル採用→新卒採用への切替を図るも、大手企業に比してブランド力は僅少で、自社単体での良質な新卒人材層へのアプローチができていない</li><li>・設立年数が浅く、これから成長が期待できる企業（従業員数30人以上）</li></ul>
京都の都市ブランディングに親和性のある特定業種 例) 文化、アート、コンテンツ	<ul style="list-style-type: none"><li>・クリエイティブ系ビジネス等、京都のカルチャー・ライフスタイルに親和性が高い層</li><li>・「ロジック」より「感性」で意思決定の傾向が強い</li></ul>

## 5 委託内容

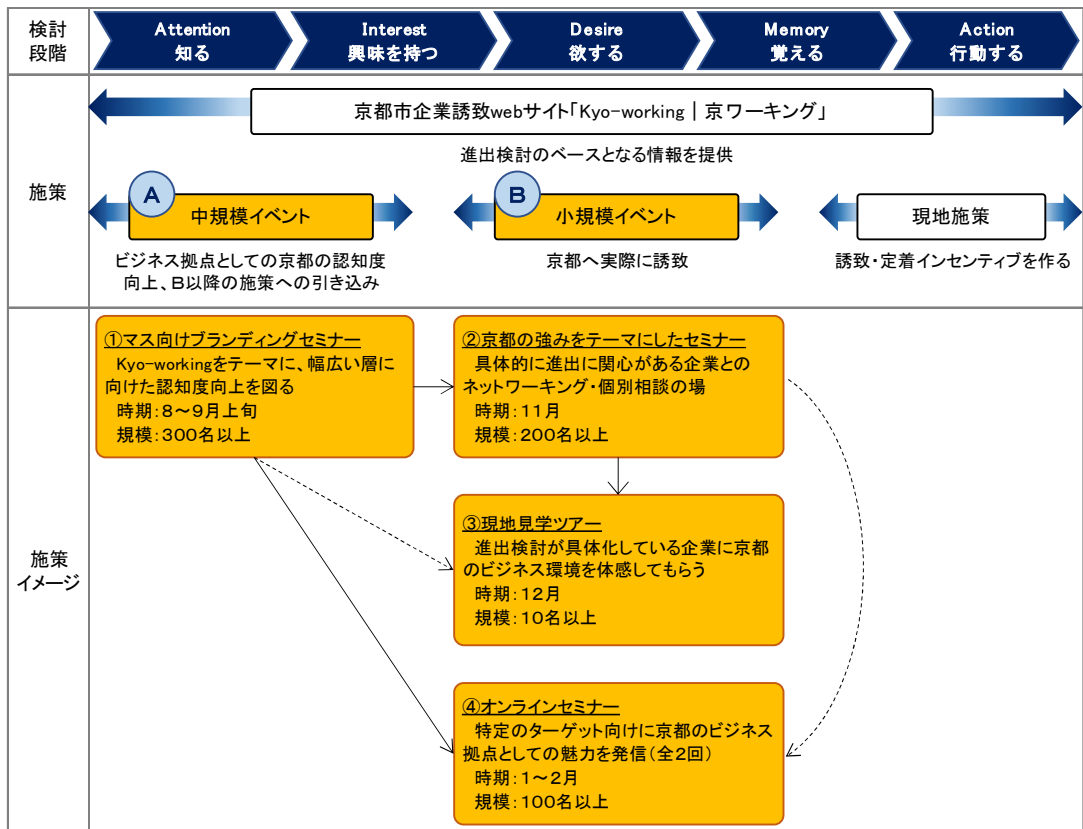
(1) 京都市のビジネス拠点としての魅力発信・認知度向上を図るイベントの開催

### ア イベントの開催

受託者は、以下の条件に沿ってイベントを開催すること。

- (7) 実施回数：計5回以上
- (4) 実施時期：1回目…令和5年8～9月上旬、2回目…令和5年11月、3回目…令和5年12月、4・5回目…令和6年1～2月
- (6) 実施規模：1回目…300名以上、2回目…200名以上、3回目…10名以上、4・5回目…100名以上
- (5) 実施手法：1・2回目…リアルまたはハイブリッド開催、3回目…リアル開催、4・5回目…オンラインまたはハイブリッド開催
- (4) 実施場所：1・2回目…東京23区内、3回目：京都市内、4・5回目…国内
- (6) イベント内容

### 【想定イメージ】



※ 上記A・B(オレンジ部分)が「ア イベントの開催」として委託する業務

#### ① 1回目イベント

メインターゲットを中心に幅広く集客し、Kyo-working の内容をテーマに、Kyo-working の認知度向上やビジネス拠点としての京都市の強みの訴求、京都への進出に関心のある企業の発掘・リストアップを目的としたセミナーを開催すること。

なお、セミナーはイベント会場でのリアル開催とし、オンライン配信を併用したハイブリッド開催も可とする。

#### ② 2回目イベント

①の参加者を中心に集客し、京都への進出に関心が高い企業を対象に、Kyo-working

で訴求しているビジネス拠点としての京都市の強みの中からテーマを絞り込み（例：人材確保）、より具体的な京都進出のメリットを訴求するとともに、イベント参加者と本市とのネットワーキングや個別相談の場を設けることで、京都への進出の検討に必要な情報を提供することを目的としたセミナーを開催すること。

なお、セミナーはイベント会場でのリアル開催とし、オンライン配信を併用したハイブリッド開催も可とする。

### ③ 3回目イベント

①・②の参加者を中心に集客し、京都への進出の検討が具体的に進んでいる企業を対象に、実際に京都のビジネス環境を見学・体験する場や、京都に進出済の企業や企業活動を支える様々なプレーヤー（産業支援機関、金融機関など）と交流する場を設けることで、京都への進出を後押しすることを目的とした現地見学ツアーを開催すること。

### ④ 4回目・5回目イベント

②で取り上げていないビジネス拠点としての京都市の強みや京都と親和性の高い産業（例：コンテンツ、ライフサイエンス）などをテーマに、京都への進出に関心のある企業の発掘・リストアップを目的としたセミナーを開催すること。

なお、セミナーはオンライン開催とし、イベント会場でのリアル開催を併用したハイブリッド開催も可とする。また、4回目・5回目のイベントを同日に実施することも可とする。

## イ イベントの開催企画及び必要な手配・調整等

- (7) 昨年度開催した Kyo-working 関連のイベント内容を踏まえたうえで、イベントごとに本業務の趣旨・目的に合うテーマを設定すること。
- (8) 登壇者や講師について、本市と協議のうえ決定するものとし、各回3名程度を軸に、イベントごとに設定したテーマに合うかつ十分な集客・効果的な情報発信が見込める者を手配すること。また、ジェンダーにも配慮すること。
- (9) 会場について、集客に効果的な立地であるとともに、多数のオンライン参加者に対応できるかつ遅滞なく配信できるよう、十分に通信環境が整った会場を選定すること。また、オンライン配信等の手配・調整を行うとともに、音響や通信環境など、イベント開催に必要な周辺環境については、必ず事前に受託者が選定した会場と確認・調整すること。
- (10) 登壇者や講師等の手配・各種調整、必要な備品の調達・運搬、進行管理、その他セミナー開催に必要な調整等を行うこと。

## ウ 集客ターゲット企業リストの作成及び集客

- (7) 想定されるメインターゲットに合致するリード獲得の具体的な方法を明示したうえでイベントへの参加を働きかける企業をリストアップすること。
- (8) 作成したリストに基づき、イベントごとに設定した実施規模の人数確保に向け、参加者・企業等の集客を行うこと。また、集客方法については、独自のネットワークやSNSの活用など、具体的に明示すること。
- (9) 集客にあたっては、より多くの参加者を確保するため、十分な募集期間を設けること。

#### エ イベントに関する広報・宣伝

効果的な集客や Kyo-working の認知拡大を図るために、インターネット広告（SNS 広告やディスプレイ広告など）の方法や年間の広報・宣伝計画を検討・実施するとともに、広告効果について定量的に検証し報告すること。

#### オ イベント参加者に対するアンケート調査

イベント実施時に、参加者へのアンケート調査を実施（調査項目の作成、集計を含む。）すること。なお、調査項目については、京都への進出にあたり、どのような情報や本市のアクションがあれば具体的に検討が進むのかなど、進出を決めるうえでの具体的な条件を洗い出す目的で作成し、本市と協議のうえ決定するものとする。

#### カ イベント参加者の情報集約・リスト作成

イベント申込者及び当日参加者の情報をとりまとめ、本市への情報提供及び二次利用の同意を得たうえでリスト化し、本市へ提供すること。

#### キ セミナー実施後の結果集計及び効果測定

リスト化したイベント申込者・参加者の情報に基づき、本業務の効果測定及び結果の分析を行うこと。なお、測定・分析項目については、本市との協議のうえ決定すること。

### (2) イベント内容に関する情報発信

#### ア アーカイブ動画の編集・配信

イベント内容について動画撮影を行い、編集するとともに、配信に当たって必要な動画処理（ノイズの削除など）を施したうえで、京都市企業誘致webサイト「Kyo-working | 京ワーキング」を含めアーカイブ配信すること。また、独自のネットワークやメディア、SNSなど、各種媒体への掲載・情報発信を行うこと。

#### イ イベント終了後のレポート記事作成・発信

イベントに参加できなかった企業等に対して継続的に情報発信を行うため、イベント内容に関するレポート記事を作成するとともに、必要な調整を行ったうえで京都市企業誘致webサイト「Kyo-working | 京ワーキング」に掲載すること。また、独自のネットワークやメディア、SNSなど、各種媒体への掲載・情報発信を行うこと。

### (3) 独自提案

受託者は、「5(1)ア イベントの開催」について、記載している手法に限らず、独自のネットワークやノウハウを活用し、本業務の趣旨・目的に適うようなイベントの内容や実施回数、時期等を提案することも可とする。

## 6 進捗管理

- (1) 受託者は、契約後速やかに年間業務スケジュールを作成し提出するとともに、イベントごとに詳細スケジュールを作成し提出すること。
- (2) 受託者は、週1回程度、本市との打ち合わせを設定し、スケジュールに基づいた進捗報告とその後の進め方について協議を行うこと。また、必要に応じて臨時の打ち合わせを設定すること。

## 7 実施報告書

本業務終了後、実施内容が分かる書類を添付のうえ、速やかに実施報告書を提出すること。

なお、本市から指示があった場合、イベントごとに中間報告書を提出すること。

## 8 その他留意事項

- (1) 受託者は、本業務の履行に当たり、関連法令及び本仕様書を遵守するとともに、個人情報を取り扱う場合には、その取扱いに十分留意し、漏えい、滅失及びき損の防止その他「個人情報の保護に関する法律」、「京都市個人情報保護条例」、「京都市情報セキュリティ対策基準」等の関連法令を遵守し、個人情報の保護に努めること。また、本市の意図及び目的を十分に理解したうえ、本業務の責任者を配置し、適正な人員を配置して正確に行うこと。
- (2) 募集要項及び本仕様書に定めのない事項や、その他調整を要する事項については、受託者と本市が協議のうえ、決定することとする。
- (3) 本業務を通じて生じた著作権や著作権等の一切の権利は、全て本市に帰属する。
- (4) 本業務の全部または主たる業務の一部を第三者に委任してはならない。なお、本業務の一部を第三者に委任する場合は、事前に本市に対し書面により申請し、承認を得ること。
- (5) 受託者は、本業務で知りえた情報及び業務に係る内容を第三者に漏らすことや、自己の利益その他の目的のために利用することはできない。これは、委託業務終了後も同様とする。
- (6) 受託者が本業務によって委託者又は第三者に損害を与えたときは、受託者が賠償の責任に任ずること。