

業務委託仕様書

1 委託業務名称

京都のビジネス環境魅力発信業務

2 委託期間

契約締結の日から令和7年3月31日（月）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、受託者の提案を踏まえ変更する場合がある。

4 趣旨・目的

首都圏をはじめとする市外企業等を対象に、

- (1) 京都で暮らし、京都から働くワークライフスタイル「Kyo-working | 京ワーキング」をはじめ、本市の企業立地促進の取組を知ってもらう。
- (2) 京都市企業誘致 web サイト「Kyo-working」^(※) の閲覧やセミナー参加を通じて、京都のビジネス環境の魅力や京都に拠点を設置するメリットを知ってもらう。

(※) <https://kyo-working.city.kyoto.lg.jp/>

- (3) (1)・(2)により、京都への関心を高め、本市の企業誘致窓口への接触を増やし、進出に向けた具体的な検討につなげていくことで、京都市内への立地を促進する。

(参考) 想定する誘致ターゲット

- ・ ミドル・レイターステージのスタートアップ、東京など京都市外のみ拠点がある企業（人員増やし一気に事業拡大を目指している等）
- ・ 京都の都市ブランディングに親和性のある業種（例：文化、アート、コンテンツ等／京都のカルチャー・ライフスタイルに親和性が高い層）や外資系企業
- ・ 商流上、京都に親和性のある特定の業種（例：医療、モノづくり／基礎研究や開発に重きを置いており一定の研究施設が必要、共同研究者や顧客が近くに存在する必要がある等）

5 委託内容

(1) 企業立地促進の取組に関する広告・PR

本市の企業立地促進の取組（例：Kyo-working、京都駅南オフィス・ラボ誘導プロジェクト「京都サウスベクトル」^(※)等）について知ってもらうために、以下に掲げる取組を実施すること。

(※) <https://kyo-working.city.kyoto.lg.jp/cms/wp-content/themes/cce/assets/pdf/kyotosouthvector.pdf>

ア インターネット広告

- (7) web サイト「Kyo-working」に掲載する以下のコンテンツを活用したインターネット広告を検討・実施すること。
 - ・ Asset（ビジネス拠点としての京都市の強み）
 - ・ Article（「Why Kyoto? 未来をつくる人はなぜ京都を選ぶのか」開催レポート）
 - ・ Location（京都駅南オフィス・ラボ誘導プロジェクト「京都サウスベクトル」）

- (4) 広告を掲載する媒体や内容、スケジュールを具体的に提案するとともに、本市と協議のうえ決定すること。
- (5) 広告の実施にあたり必要な素材は、本市から提供するもののほか、必要に応じて受託者が手配すること。また、広告を実施する際に作成するバナー等の広告素材の内容については、本市と協議のうえ決定すること。
- (6) 広告効果が明確に分かるよう、具体的かつ数値化した目標を設定するとともに、実施後に広告効果を定量的に検証し報告すること。

イ マスメディアを活用した取材・広告

- (7) テレビ等のマスメディアを活用し、5(2)で実施するセミナーのPRを実施すること。
- (4) 活用する媒体や内容、スケジュールを具体的に提案するとともに、本市と協議のうえ決定すること。
- (5) PR効果が分かるよう、取り上げられたメディア・内容について、実施後にまとめて報告すること。

(2) セミナーの実施

web サイト「Kyo-working」で発信する、京都のビジネス環境の魅力や京都に拠点を設置するメリット等について深掘りし、より京都の魅力・強みに対する理解を深める機会をつくとともに、リード（京都進出に関心を持つ企業等）を獲得するために、以下の取組を実施すること。

ア セミナーの企画・調整

- (7) 原則として、以下の条件に沿ってセミナーを企画すること。
 - ・ 開催回数：3回
 - ・ 集客目標：各回100名
 - ・ 開催手法：ハイブリッド開催（現地開催＋オンライン配信）
 - ・ 開催場所：東京都内
- (4) セミナーの内容については、これまでに本市が開催したイベントの内容等を踏まえたうえで、以下のイメージに沿って本業務の趣旨・目的に適うテーマを設定し、企画すること。

<イメージ>

- ① ビジネス拠点としての京都市の強み^(※)からテーマを設定し、京都に拠点を設置するメリットを訴求

(※) <https://kyo-working.city.kyoto.lg.jp/kyoto-asset/>

- ② ビジネス拠点としての京都市の強みのうち、「01 伝統と革新から生まれた京都ブランド」に掲げる京都の成長産業に基づきテーマを設定し、京都と親和性の高い産業をPR・関連する業種の進出メリットを訴求

- ③ 令和5年度に始動した京都駅南オフィス・ラボ誘導プロジェクト「京都サウスベクトル」をはじめとする本市の企業立地促進の取組^(※)に基づきテーマを設定し、京都駅南におけるオフィスビル・ラボ建設時の規制緩和・企業立地支援をPR・京都への立地メリットを訴求

(※) <https://kyo-working.city.kyoto.lg.jp/article/report/2023-06-29/>

⇒ ①・②から2回、③から1回のテーマ設定を想定

- (g) 登壇者等について、各回3名程度を軸に、テーマに合致かつ集客力・発信力やジェンダーバランスを考慮のうえ検討・提案すること。
- (d) 登壇者等の手配や日程調整、申込フォームの準備、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。特に進行管理については、セミナー開催の1箇月前までには広報発表・集客開始、1週間前までには開催準備を完了できる進行スケジュールを予め明示すること。

【留意事項】

- ・ 会場について、集客に効果的な立地を考慮するとともに、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場所を選定すること。
- ・ 受託者は、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、選定した会場と事前に確認・調整すること。
- ・ オンライン配信の方法については、後述の視聴者情報の収集やアンケート調査の効率的な回収等を考慮した手法を検討・提案すること。

イ セミナーに関する広告・集客

- (g) 想定する誘致ターゲットを集客するために、セミナー開催を広く宣伝するためのインターネット広告等を実施すること。
- (d) 実施する広告等については、手法やスケジュール、内容等について、具体的かつ定量的に提案すること（例：利用する媒体、投下する広告費、広告ターゲットの設定、アプローチ件数等）。
- (g) その他、集客目標数を達成するために必要な手法を検討・調整し、実施すること。

【留意事項】

- ・ より多くの参加者を確保するため、十分な募集期間（概ね1箇月）を設けること。
- ・ 申込手続き時に本市への情報提供及び二次利用（本市からの情報発信、企業訪問活動等への利用）の同意を得ること。

ウ セミナーの開催・運営

- (g) セミナー当日の運営や開催にあたり必要な対応を行うこと。
- (d) セミナー開催に合わせ、参加者へのアンケート調査を実施すること。内容については、京都進出の検討状況や関心度合い等を測るものとし、事前に本市と協議のうえ作成すること。
- (g) セミナー開催時に、参加者を本市の企業訪問担当の職員と接続する仕掛けを検討・実施すること。

エ セミナー後の情報発信

- (g) セミナー内容について動画を撮影・編集し、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、アーカイブ配信すること。
- (d) セミナー内容をまとめたレポート記事を作成すること。
- (g) 作成した動画・記事については、webサイト「Kyo-working」に掲載するため、本市の指示に基づき、掲載に必要な対応を行うこと。また、独自のネットワークやメディア、SNSなど、受託者のリソースを活用し、各種媒体への掲載・情報発信を行うこと。

【留意事項】

アーカイブ動画・レポート記事に関する情報発信については、5(2)イで実施するインターネット広告等との連携すること。

オ 実施結果報告

- (7) 集客のために実施した広告の効果について、定量的に検証し報告すること。
- (4) 各回のセミナー開催後速やかに（原則7日以内）、セミナーの申込者及び当日の参加者に関する情報をとりまとめ、アンケート結果と紐づけたうえで、リスト化したデータを本市に提出すること。
- (8) イベント申込者・参加者の情報やアンケート結果を分析し、報告すること。

(3) 現地視察ツアーの企画・実施

5(1)・(2)の取組を通じて、京都進出への関心を高め、本市と接点を持った市外企業を対象に、進出検討を一層深めてもらうために、以下の内容で現地ツアーの企画・調整のうえ実施すること。

ア 以下の条件に沿ってツアーを企画すること。

- ・ 開催回数：6回（上限）
- ・ 開催時期：本市と調整のうえで決定
- ・ 参加社数：各回1～2社（予定）
- ・ 訪問先：本市と調整のうえで決定

イ ツアーの実施にあたり必要な調整や手続き（参加者・訪問先とのスケジュール調整、貸切バス・タクシーなど市内の移動手段の確保、各種支払処理等）を行うこと。

【留意事項】

ツアーの開催回数が6回に満たない場合、残予算は5(1)・(2)で実施するインターネット広告に充当すること。

(4) 独自提案

受託者は、上記で定めた内容に限らず、独自のネットワークやノウハウを活用し、本業務の趣旨・目的に適うようなセミナーの内容や実施回数、時期等を提案することも可能とする。

なお、独自提案を行う場合は、目標値や手法、実施効果等、具体的かつ詳細に提案すること。

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、本市との打ち合わせを設定・作成した年間業務スケジュール提出するとともに、セミナーごとにスケジュールを作成・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

受託者は、開催するセミナーごとに実施後速やかに中間報告書を提出するとともに、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。

8 その他留意事項

- (1) 受託者は、本業務の履行に当たり、別紙1「個人情報取扱事務の委託契約に係る共通仕様書」に定める内容を遵守し、個人情報の保護に努めること。また、契約後速やかに別紙2「個人情報の取扱いに係る安全管理措置状況申出書」を提出するとともに、本市の求めに応じて立入調査に対応又は別紙3「個人情報取扱事務の委託先への検査チェックシート」を提出すること。
- (2) 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。
- (3) 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。
- (4) 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。
- (5) 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。
- (6) 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。
- (7) 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。