

首都圏での京都の魅力発信事業企画運営業務事業者の公募に係る質問への回答について

質問内容	回答
Q1 対象層について 仕様書に記載されている「京都に愛着を持つ関係人口（0.1市民）」について、本事業において特に創出・拡大を重視する対象層（居住地域、年代、京都との現在の関わり方・関心度等）の想定がございましたら、御教示ください。	A 京都のまちに愛着を抱いていただいている方々、これから京都に愛着を持ていただける可能性のある方々を想定しておりますので、特に重視する対象層の想定はございません。
Q2 のれん分け事業者等との連携条件について 仕様書記載の11のれん分け事業者については、全事業者との連携が必要でしょうか。それとも、企画内容、開催規模及び予算等に応じて、連携先及び連携事業者数を提案することは可能でしょうか。必須又は最低限必要となる連携先・事業者数がございましたら、御教示ください。	A 「のれん分け事業者」の全ての事業者との連携を必須とするものではありません。仕様書4で記載した業務内容を踏まえ、企画、開催規模、経費等に応じて、できる限り多くの「のれん分け事業者」との連携に向けたご提案をお願いします。
Q3 事業者への参加意向の確認状況について 仕様書に記載されているのれん分け事業者について、本事業への参加又は協力に関する事前の意向確認は行われていますでしょうか。	A 「のれん分け事業者」への意向確認は、未実施です。委託事業者及び実施内容の確定後、意向確認を京都市から行い、委託事業者におつなぎさせていただく想定をしております。
Q4 事業者関連費用について のれん分け事業者等がイベントへ参加する際に発生する交通費、運搬費、スタッフ人件費、企画協力費、出演料、実演費、材料費等は、原則として委託料の中から受託者が負担する想定でしょうか。それとも、各事業者の負担となりますでしょうか。	A 原則、委託料の中から委託事業者に負担していただきます。一方で、材料費など一部の経費については、利用者から料金を徴収するという手法もございますので、その場合は、そのことが分かる形でご提案ください。
Q5 商品買取費用の範囲について 仕様書には「委託料は、イベント出展事業者の商品買取費用に充ててはならない」とありますが、体験プログラムに使用する材料、試食・試飲用の食材、消耗品、サンプル等の調達費用についても、商品買取費用に該当しますでしょうか。	A 体験プログラム用の材料、試食・試飲用の食材、消耗品、サンプル等の調達費用については、「イベント出展事業者の商品買取費用」に該当しません。
Q6 物販・有料体験の取扱いについて イベント会場において、参加事業者による商品販売又は参加者から料金を徴収するワークショップ、試食・飲食体験等を実施することは可能でしょうか。可能な場合、売上金及び参加料収入の帰属、会計管理並びに委託料との精算方法について、指定の取扱いがございましたら御教示ください。	A イベント会場において、参加事業者による商品販売又は参加者から料金を徴収することは可能です。 ただし、この場合、収入の帰属が少し複雑になります。料金徴収分は京都市が収入するのではなく、受託事業者に収入いただき、その分は京都市の委託料に含まない形になります。例えば、飲食代を実費負担する場合、飲食経費は京都市の委託料には含まず、別会計を立てて、飲食経費の収入を参加者の料金で賄うことが分かるようにしていただく必要があります。この部分は受託事業者で支払い、それに準ずる料金を収入することになります。
Q7 小山薫堂館長との連携条件について 京都館館長・小山薫堂氏の出演、企画への助言・監修、コメント提供又は「京都館会議」での本事業の紹介等を企画提案に含めることは可能でしょうか。可能な場合は、実施可否の調整主体、想定される調整期間及び費用負担について御教示ください。	A 小山館長の本事業への関わり方や連携方法については、企画提案に含めていただくことは構いません。なお、調整期間や費用は提案内容によりますので、受託後、内容に応じて調整いただく形になります。
Q8 京都館の名称・ロゴ等の使用条件について 本事業のイベント名称、キービジュアル、会場装飾及び広報物等に「京都館」の名称、ロゴその他のブランド資産を使用することは可能でしょうか。使用可能な場合は、企画提案段階で利用できる素材の有無、適用されるガイドライン及び使用承認に必要な手続・期間について御教示ください。	A 本事業が「京都館」プロジェクトの一環で実施する事業であることを踏まえ、本事業実施の範囲に限り「京都館」の名称並びにロゴ等をご使用いただくことは可能です。ガイドラインや使用承認等の手続は設けていないため、ご希望の素材等がある場合は、委託事業者の決定後、必要に応じて適宜、提供させていただきます。
Q9 企画提案時点における会場確保について 企画提案書の提出時点で、開催候補会場の仮予約、内諾又は空き状況の確認まで必要でしょうか。あるいは、候補会場、開催条件、概算費用及び想定スケジュールを提示することで差し支えございませんでしょうか。	A 候補会場の仮予約、内諾又は空き状況の確認は必須ではございませんが、提案内容と実施内容に乖離が生じないよう、必要な範囲でご対応願います。
Q10 京都市による広報協力について 本事業の周知・集客に当たり、京都市公式WEBサイト・SNS、京都館WEBサイト・YouTubeチャンネル、のれん分け事業者のネットワーク等を活用した広報協力を受けることは可能でしょうか。また、活用可能な広報媒体や、京都市から提供いただける写真・動画等の素材がございましたら、御教示ください。	A 広報協力の内容や費用等にもよりますが、YouTubeチャンネル「京都館会議」及び京都館WEBを活用した広報は検討可能です。 その他、活用を希望される広報媒体がある場合は、具体的な連携手法や効果をあわせてご提案ください。また、写真・動画等、活用を希望される素材がございましたら、委託事業者の決定後、必要に応じて適宜、提供させていただきます。
Q11 効果指標について 成果を把握するための指標または効果測定方法（来場者数、アンケート、京都への関心度・再訪意向、商品購入、継続的な情報発信への登録等）の指定はございますか。	A 出展者としての「のれん分け事業者」の参加者数、並びに来場者数は最低限、指標として設定してください。また、効果測定のためのアンケート調査は実施してください。ご質問にある、京都への関心度・再訪意向、商品購入、継続的な情報発信への登録等は大事だと考えております。