

令和6年度京都市広域的情報発信業務 仕様書

1 委託業務名

令和6年度京都市広域的情報発信業務

2 委託期間

令和6年4月1日から令和7年3月31日まで

3 委託金額(総額)の上限

20,000,000円(消費税及び地方消費税相当額を含む。)

4 委託内容

以下委託内容の実施にあたっては、本市と協議を行い、本市の承認を得るとともに、委託金額の範囲内において実施すること。また、本市から内容の変更、中止等を指示した場合はそれに従うこと。

(1) 本市が提供するプレスリリース等の配信 及び パブリシティの獲得

ア 本市からの依頼があった場合、本市が提供するプレスリリース等を配信すること。(実施回数：無制限)

また、配信には、プレスリリース配信プラットフォーム(※)を使用し、発表案件に応じた配信先メディアリストを作成すること。リストは本市に提出し、確認すること。

なお、本市では令和2～5年度において「PR TIMES」を使用している。

<参考>過去の配信実績

[https://prtimes.jp/main/html/searchrlp/company_id/59523](https://prt看imes.jp/main/html/searchrlp/company_id/59523)

イ 京都が持つ文化、歴史、景観、観光の魅力はもとより、京都市政の先進的な取組や成長戦略に資する取組等の情報を、首都圏及び関西圏を中心とする多様なメディアに提供し、テレビ番組や新聞、雑誌などで本市の情報が取り上げられるよう、支援・調整することで、パブリシティを獲得すること。

〔対象メディア：放送主要キー局・在阪準キー局、全国紙・通信社本社、外国通信社日本支社、業界紙・一般情報誌本社(発行部数概ね10万部以上)、ウェブ発信業者 等〕

ウ 本市からの依頼があった場合、資料の英語翻訳及び海外メディアへ配信を行うこと。(実施回数：年2回程度)

(2) メディアへの露出

本市がPRを希望する施策等について、その内容に応じて効果的な企画を提案し、戦略的にメディアへの露出を行うこと。実際に取り上げる施策等は、委託期間内において、随時、本市と受託者で協議し決定する。

露出の想定事例は以下のとおり。

ア 露出を想定する施策等の事例

- ・担い手不足対策
- ・人口減少対策

(参考) <https://www.city.kyoto.lg.jp/sogo/page/0000319413.html>

- ・観光課題対策

(参考) <https://www.city.kyoto.lg.jp/menu2/category/22-27-0-0-0-0-0-0-0.html>

- ・企業立地促進

(参考) <https://www.city.kyoto.lg.jp/menu2/category/26-2-0-0-0-0-0-0-0.html>

- ・空き家対策

(参考) <https://akiya.city.kyoto.lg.jp/>

イ 露出メディア等の事例

○テレビ番組とのタイアップ

本市の施策に興味を持ち、掲載・放映の確約が取れるテレビ番組に対して、取材支援（交通費・取材費等の支給、取材先の調整等）を実施する。

首都圏（キー局）、関西圏（在阪準キー局）におけるテレビ番組（企画、特集）とタイアップした露出を獲得し、本市施策等に関連する情報を効果的に取り上げることが想定。

※ 在阪準キー局は、MBS（毎日放送）、ABC（朝日放送）、KTV（関西テレビ）、YTV（読売テレビ）の4社

<過去の取組事例>

- ・【令和5年度】タイアップ実績(見込み)：首都圏3件、関西圏2件
- ・【令和4年度】タイアップ実績：首都圏2件、関西圏3件

○雑誌などの出版物やイベントの企画、特集等とのタイアップ

○データコンテンツの制作・活用（SNS (YouTube、TikTok、Instagram、X等)、マンガ、ゲーム等)

<過去の取組事例>

- ・【令和4年度】「ごっこ倶楽部」とタイアップ

住むまちとしての京都市の魅力をショートドラマで制作・配信

<https://prt看imes.jp/main/html/rd/p/000000155.000059523.html>

- ・【令和3年度】京都市ふるさと納税限定「特別体験プラン」PR動画の制作・配信
<https://prt-times.jp/main/html/rd/p/000000097.000059523.html>

○メディアキャラバン、トップセールス

○インターネットテレビ（TVer、Abema.TV等）の活用

<過去の取組事例>

- ・【令和5年度】京都市の「子育て・教育環境の魅力」を伝えるCM及び特設WEBサイトをTVer広告で配信（CM、特設WEBサイトの制作は京都市が実施）

<https://www.city.kyoto.lg.jp/sogo/page/0000316090.html>

○インフルエンサー等とのタイアップ（芸能人、動画投稿者等）

- ※ 企画の実施に並行して、効果的な露出（パブリシティ獲得）に向けた、メディアへの働き掛けを行うこと。
- ※ 動画等を制作する場合は、アクセシビリティの観点から、併せて字幕版も作成し、納品すること。

(3) 報告

ア 活動報告書（別紙1）（毎月）

本業務の活動実績について、案件ごとに、取材依頼等の働き掛けを行ったメディア及びその反応や進捗等を一覧にし、データにより報告すること。

イ 実績報告書（別紙2）（毎月）

本業務による掲載等の実績について、掲載件数、掲載日、掲載先、広報効果額等をデータにより報告すること。

ウ 掲載された記事・映像等（随時）

掲載された記事・映像等について、本市から求めがあれば、クリッピングし、原則データにより提出すること。当該クリッピングに係る費用は受託者において負担すること。

(4) 協議

受託者は、PR案件の選択及び進捗状況の報告に当たり、本市と月1回程度の定期的な協議（原則オンライン）のほか、必要に応じ随時協議を行うなど、緊密な連携を取ること。協議にあたっては、案件ごとに具体的な露出時期（放送日時等）、内容、費用、実現可能性、条件等を本市に提示すること。

6 支払手続等

- (1) 選定された候補者と京都市との間で、委託内容、経費等について協議を行い、調った場合、委託契約を締結する。
- (2) 契約金額の支払いは、以下の区分ごとに履行完了したものから精算払いを行う。

区分	内容	精算払いを行う時期
1	仕様書の4(1)(3)(4)に規定する業務	委託期間終了後 (令和7年3月31日以降)
2	仕様書の4(2)に規定する業務	随時(当該業務の完了次第)

- (3) 受託者は委託業務の実施内容及び要した経費を報告し、契約締結時の見積金額との差額(剰余)が生じる場合は、変更契約を締結し、契約金額の減額を行うこと。
- (4) 選定された候補者が、特別な事情等により契約を締結しない場合は、その理由を記載した辞退届を提出すること。なお、この場合、次順位者を候補者とする。

7 その他

- (1) 本仕様書に記載されている事項の他、京都市の契約事務に関する規則や要綱等に基づくこと。
- (2) 本仕様書に記載のない事項又は仕様書に疑義が生じた場合は、本市と協議し、その決定に従うこと。