

令和 6 年 3 月 5 日

質問事項及びその回答

Q. 「仕様書-4 委託内容(1)-ウ」について、令和 5 年度に実施した翻訳文字数、配信する海外エリアを御教示ください。

A. 令和 5 年度については、現時点で実施していません。
令和 4 年度は、以下のとおり、海外メディア向けの発信を実施しました。
<https://www.businesswire.com/news/home/20221129006199/en/>
翻訳文字数についてはお手数ですが上記ページから御確認ください。(配信の際は、目安として、単語数 600 未満になる目安で調整しておりました。) なお、配信先エリアは、米国で設定していました。(配信先エリアは、案件により判断するため、令和 6 年度における配信先エリアは現時点で決めていません。)

Q. 「仕様書-4 委託内容(1)-ウ」について、「海外メディアへの配信」は、プレスリリース配信プラットフォームを使用してもよいでしょうか。

A. 案件に応じてどの手法を使うか、本市と受託者様との協議を経て決定しますが、プレスリリース配信プラットフォームの使用を制限するものではありません。

Q. 「仕様書-4 委託内容(2)-ア」について、UIJ ターンを推進する各取り組みを実施されていますが、実績としてどのパターンが多いのか、御教示ください。

A. 京都市に移住・定住された方の UIJ ターンの属性について、本市で統計的に有意なデータは持ち合わせていません。

Q. 「仕様書-4 委託内容(2)-ア」について、人口減少が著しい地域へのモデル事例として上がっている洛西“SAIKO”プロジェクトは、どのような点が上手く言っているのか、また新たに見えてきた課題などがあれば、御教示ください。

A. プロジェクトの実効策をまちの担い手である住民や事業者の皆様と力を合わせて一緒に進めるため、洛西“SAIKO”サポーターを令和 5 年 8 月から募集していますが、
(<https://www.city.kyoto.lg.jp/nisikyo/page/0000315730.html>)
現在、個人、法人に加え、洛西地域の小学 6 年生のジュニアサポーターなど、600 名超が登録しており、本市の事業に協力するなどの活動も行われています。
課題については、今年度本格的に始まった取組のため、今年度の総括はまだ実施していません。

Q. 「仕様書-4 委託内容(2)-イ」のテレビ番組とのタイアップについて、令和5年度のタイアップ実績（首都圏3件/関西圏2件）について、具体的な番組、企画、費用感を御教示ください。

A. 今年度のタイアップ実績は以下のとおりです。なお、個別の費用感については、お答えできません。

○関西圏（3件）

・関西テレビ「土曜はナニする」 11月25日(土)午前8:30~9:55

コーナー放送時間：約22分（市の施策の直接的な露出は、うち1分程度）

→本市施策「観光快適度マップ」及び「とっておきの京都プロジェクト」の紹介に加え、同プロジェクトの大原エリアの観光スポットを紹介。

・関西テレビ「フットマップ」

1月20日(土)、1月27日(土)各午後6:30~7:00

放送時間：各日約30分（市の施策の直接的な露出は、うち各20秒程度）

→本市施策「とっておきの京都プロジェクト」の紹介に加え、同プロジェクトの伏見エリアの観光スポットを紹介。

○首都圏（3件）

・TOKYO MX テレビ「バラいろダンディ」7月7日(金)午後9:00~9:45

露出時間：約1分

→本市施策「KYOTOHOLiC PROJECT」について、xxxHOLiCと日本酒をはじめとした京都の伝統産業とのコラボ商品の販売開始について紹介。

・3月下旬までに2件の露出を予定 ※調整中のため、番組名等はお答えができません。

Q. 「仕様書-4 委託内容(2)-イ」のメディアキャラバンについて、想定している最低限の実施回数がありますか。

A. メディアへの露出にあたり、メディアキャラバンはあくまで事例のひとつです。実施回数について想定はありません。

Q. 「仕様書-4 委託内容(2)-イ」インフルエンサー等とのタイアップについて、インフルエンサーの定義はありますか（フォロワー数〇万人以上など）。

A. 本市で独自に定めているインフルエンサーの定義はありません。あくまでメディア露出にあたり、事例のひとつとなります。

Q. 「募集要項別紙※1 提案書について-C」について、『移住・交流』関連で過去に実施された施策の中で、特に反響（メディア露出）があった取り組みや施策を御教示ください。

A. 本市が進める人口減少対策の全体像をまとめた「人口戦略アクション 2023」について、11/17 に市長記者会見を実施した際は、日本経済新聞及びNHK に取り上げられました（<https://www.city.kyoto.lg.jp/sogo/page/0000319413.html>）。
ただ、移住・交流関係の取組について、「令和5年度京都市シティPR事業」の実施によるメディア露出の実績はありません。

Q. 「募集要項別紙※1 提案書について-C」について、メタバース空間「京都館PLUS X」の反響、実績を御教示ください。

A. メタバース空間「京都館PLUS X」のこれまでの入室者数は約1万1千人です。今年度は、TikTok クリエイターによる特別動画を限定公開したり（<https://www.city.kyoto.lg.jp/sankan/page/0000314471.html>）、
移住検討者向け説明・相談会を実施する（<https://www.city.kyoto.lg.jp/sankan/page/0000323345.html>）などしています。

Q. 昨年実施されたオリジナル企画（昨年仕様書では2つ以上の実施）の内容と反響、実績を、可能な範囲で御教示ください。

A. 今年度実施したオリジナル企画は、仕様書4委託内容(2)-イ<過去の取組事例>に記載しています。京都市の「子育て・教育環境の魅力」を伝えるCM（制作は本市で実施）を、京都市を含む関西圏の子育て世代をターゲットに9/1～9/30までTVerで配信を行い、約100万回表示しました。また、京都市の子育て・教育環境の施策やサービスなどの「強み」をコンパクトに伝える特設WEBサイト（制作は本市で実施）にリンクするコンパニオン広告も掲載し、クリック率は0.62%でした。

Q. 令和5年度の活動において、以下を御教示ください。

①広報活動としてうまくいったこと

②広報活動としてうまくいかなかったこと、新たにみえた課題

A. 今年度オリジナル企画として実施したTVerへの広告掲載については、完全視聴率やクリック率も高く、効果的だったと考えています。一方で、テレビタイアップについては観光系の施策に偏りがちで、移住定住や企業立地など、ほかの取組について露出を成立させることが困難だったと考えています。

Q. すでに京都市として情報発信が決まっている、もしくは見込んでいるものを可能な範囲で御教示ください。

例) 登壇/参加/実施予定のイベント、コンテンツ など

A. 現在本委託業務によるメディアへの露出を想定しているのは、仕様書4 委託内容(2)-アに記載の施策ですが、これらはあくまで事例です。具体的な内容については、今後、本市と受託者様との協議において決定します。

Q. 予算の内訳の目安はありますか。提案内容に応じて提案者が割り振る形で問題ないでしょうか。

A. 目安は特に定めていません。提案書の内容に対する見積書の内訳の妥当性について審査を行うため、提案内容に応じて内訳を設けてください。