

別紙

提出資料について

1 提出内容及び提出期日

以下の①～⑦について、期日までにデータでメールにより提出すること。

	資料名	留意事項
①	プロポーザル 参加申込書	様式1のとおり。
②	見積書	様式は任意 ※内訳は仕様書4(1)(2)(3)(4)のそれぞれに対応する見積額を記載すること。
③	提案書	以下、A～Cについて、全て作成すること。 様式は任意だが、A4サイズで印刷した際に読めるようにすること。詳細は2頁参照。 A 実施体制 B 動画(CM)の制作・発信及びテレビ番組等とのタイアップ C 実績
④	会社概要 (パンフレット等)	様式は任意
⑤	営業概要書	様式2のとおり ※詳細は4頁を参照
⑥	自己を証明する書類	様式3のとおり ※募集要項「3 参加資格要件」で該当する場合のみ提出
⑦	共同事業体協定書	様式4を参考に作成すること。 ※該当する場合のみ提出 ※対象事業者の社印及び代表者印を押印すること。

<提出資料一覧>

※共同事業体での応募の場合、④～⑥については、構成する各企業分を提出すること。

<締切日時>

内容	締切
① プロポーザル参加申込書	令和7年3月 4日(火) 午後5時(必着)
② ～⑦の資料	令和7年3月10日(月) 午後5時(必着)

2 提案書及び営業概要書 について

(1) 提案書

以下A～Cについて全て作成すること（様式任意）。

A 実施体制

仕様書に基づき、本業務に対する提案者の取組方針、人員体制、企画提案からオペレーション、配信、露出施策等の実施、効果測定までの実行計画、スケジュールを具体的に記載すること。

主な審査基準該当箇所 募集要項 10 審査基準の(1)

B 動画(CM)の制作・発信及びテレビ番組等とのタイアップ

(目的) 本市で「住む・働く・子育てする」人を増やしたい。発信内容をターゲットに「見てもらえる・興味を持ってもらえる・行動してもらえる」ためには、効果的かつ魅力的な内容・媒体を通した発信、さらに相乗効果を図る露出が必要と考えており、本項目で受託希望者の提案力を見たい。

仕様書4(2)ア(動画の制作・発信)、イ(テレビ番組等とのタイアップ)について、以下①、②のテーマに沿って、それぞれ1つ企画を提案すること。

- ① 仕様書4(2)ア「動画(CM)の制作・発信」について、動画(横型30秒)の構成イメージ、ターゲットに合わせたキャスティングや効果的な配信媒体、相乗効果を図るための露出施策、おおよその費用感等、個別具体的に明記すること。なお、以下の「既存住宅(中古住宅)の利用促進」をテーマに提案すること。※実際に実施する内容は、契約後、本市と協議し決定する。

<テーマ>

●既存住宅(中古住宅)の利用促進

本市では、若い世代が、特に結婚・子育て期(25～39歳)に、手が届く価格帯の住宅を求めて近隣都市(府南部、滋賀県、大阪府)へ家族で転出している。本市では、最大200万円を交付する「京都安心すまい応援金」により、若者・子育て世帯の既存住宅購入を後押しし、定住・移住を促進している。

多くの若者・子育て世帯が、京都市内の既存住宅をすまいの選択肢とするためには、従来の既存住宅に対する「不安」、「汚い」、「わからない」というイメージを変え、「住みたい」、「買いたい」と思う、新しいイメージの既存住宅を発信するとともに、本市が実施している「京都安心すまい応援金」の利用に繋げたい。

ターゲット 男女20～39歳、既婚・子有り(未就学児)・子無し

動画の着地先 京都安心すまい応援金(京都市子育て世帯既存住宅取得応援金)

<https://miyakoanshinsumai.com/kosodatesumai/>

参 考

- ・Kyoto Dig Home Project <https://akiya.city.kyoto.lg.jp/dighome>
- ・京すまいの情報ひろば <https://miyakoanshinsumai.com/>

主な審査基準該当箇所募集要項10審査基準の(2)(3)(6)

- ② 仕様書4(2)イ「テレビ番組等とのタイアップ」について、想定される具体的な番組名やコーナー名、露出イメージ、おおよその費用感等、個別具体的に明記すること。

なお、以下の「市内周辺部のバスの利用促進に向けた市バス周遊の旅企画」をテーマに提案すること。

※ 実際に実施する内容は、契約後、本市と協議し決定する。

<テーマ>

●市内周辺部のバスの利用促進に向けた市バス周遊の旅企画

本市では、市バス・地下鉄の更なる増客、市バスの混雑対策を目的として、「地下鉄・バス「MOTTO!」利用促進本部」の下、「もっと周辺部のバスに乗ろう!」「もっと地下鉄を組み合わせ移動しよう!」「もっと沿線地域を活性化しよう!」という「3つのもっと」をモットーに、「市バス赤字系統の利用促進」、「地下鉄とバスを組み合わせ移動への誘導」に取り組んでいる。

これら「3つのもっと」のコンセプトの下、市内周辺部（洛西地域）の魅力（観光地や飲食店、地域の人々など）を紹介するため、出演者が市バス路線に乗って、京都市内を周遊できるような旅番組とタイアップを実施することにより、地域の魅力発掘はもとより、移動経路なども紹介し、「周辺部のバスの利用促進」に繋げたい。

動画の着地点 「古都京都の文化財」世界遺産登録30周年を契機とした周辺部誘客キャンペーンを実施し、洛西地域においてモデルコースを設定

<https://kyoto-heritage-pass.com/course-2/>

参 考

- ・「地下鉄・バス「MOTTO!」利用促進本部」

<https://www.city.kyoto.lg.jp/kotsu/page/0000332098.html>

- ・地下鉄・市バスの利用促進

<https://www.city.kyoto.lg.jp/kotsu/category/168-2-0-0-0-0-0-0-0-0-0.html>

主な審査基準該当箇所募集要項10審査基準の(4)(6)

C 実績

(目的) 類似業務のみならず、受託希望者が得意とするフィールドや、どれだけメディアやキャスト等とのネットワークを持っているか、メディア露出手法・事例と手法・事例ごとの費用感が適正か、委託期間・金額の中でどれだけの露出が期待できるか評価したい。

- ・ 仕様書4(2)を踏まえて、受託希望者が得意とするメディア露出手法の事例(メディア名、露出内容、露出尺、経費等)を記載すること。
- ・ 類似業務(特に官公庁)の受託実績、契約期間、業務内容、受託金額等を記載すること。

主な審査基準該当箇所 募集要項10 審査基準の(5)

(2) 営業概要書

「様式2」に以下の事項を記載すること。

ア：直接取引を希望する支店等

イ：営業種目 ※実際に営業している種目を記入すること。

※比率は合計が100%になるように記載すること。

ウ：営業年数(令和7年4月1日現在で、営業を開始した年月からの営業年数)

エ：従業員数(非常勤、本業務委託のための新規雇用者を除く。直接取引)

オ：営業実績(直前2営業年度の平均契約金額)

カ：主要取引実績(直前2営業年度の契約実績)