

令和8年度京都市広域的情報発信業務に係るプロポーザルについての質問回答

No.	質問項目	質問内容	回答
1	募集要項 11 審査方法 2次審査について	2次審査のプレゼンテーションにおいて、参考映像を提示することは可能か。	可能です。2次審査の時間配分については、20分間のプレゼンテーションの後、20分間の質疑を想定しています。
2	仕様書 4 委託内容(1) - ア 本市が提供するプレスリリース等の配信	実施回数が無制限について、実質的には契約期間内に1日1件など、具体的に示していただくことは可能か？	契約期間中（令和8年4月1日～令和9年3月31日）で、1日1件程度を想定しています。なお、令和5年度の配信件数は54件、令和6年度の配信件数は55件でした。
3		「実施回数：無制限」とは、配信するプラットフォームの「年間契約」を指すのか？	「年間契約」に限りませんが、契約期間中（令和8年4月1日～令和9年3月31日）に本市からの指示に基づき配信できるよう、御調整ください。
4		配信するプレスリリースについて元原稿は京都市で作成され、それを受託者が配信するのか？ または、京都市からいただいた元原稿を基に、受託者が原稿を作成し（京都市に校正をいただき）、それを配信するのか？	配信するプレスリリースについては、京都市で作成する元原稿（プレスリリース）を受託者に配信いただきます。そのため、元原稿の作成業務は含まれません。
5		配信対象となるプレスリリースは本案件テーマである「京都での就職・定着促進」に限定されますか。それとも、京都市の他施策も含まれますか。	プロポーザルの審査上のテーマである「京都での就職・定着促進」に限られません。
6		ひとつのプレスリリースごとに、ひとつのメディアリストを作成することか？	お見込みのとおりです。
7		過去利用されていたPRTIMESを提案すべきか？ それとも異なるプラットフォームを提案しても良いのか？	契約期間中（令和8年4月1日～令和9年3月31日）に1日1件程度配信ができれば、PRTIMES以外のプラットフォームを御提案いただいても問題ございません。
8		京都市より提供される日本語「資料」から、受託者が英語「原稿」を作成するのか？ 京都市より提供される日本語「原稿」を、そのまま受託者が英語翻訳のみするのか？	受託者にて英語翻訳いただく想定です。
9	「海外メディアへ配信」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のか？	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。	

<p>10</p> <p>仕様書 4 委託内容(1) - イ</p> <p>資料の英語翻訳及び海外メディアへの配信</p>	<p>配信文章量や配信イメージについて、過去実績（サンプル、URL）を開示いただくことは可能か？</p>	<p>令和5年度～令和7年度（令和8年3月3日時点）については、実施していません。</p> <p>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。  <a href="https://www.businesswire.com/news/home/20221129006199/en/">https://www.businesswire.com/news/home/20221129006199/en/</a>  文字数や配信イメージについては、お手数ですが上記ページから御確認ください。</p>
<p>11</p>	<p>「海外メディアへの配信を行うこと」と記載されていますが、想定されている地域・言語・配信媒体はありますか。また、過去の配信エリアおよび対象国、配信実績があればご教示いただきたい。</p>	<p>案件により判断するため、令和8年度における地域・言語・配信媒体は現時点で決めていません。</p> <p>令和5年度～令和7年度については、実施しておらず、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。  <a href="https://www.businesswire.com/news/home/20221129006199/en/">https://www.businesswire.com/news/home/20221129006199/en/</a>  なお、上記の配信エリアは、米国で設定していました。</p>
<p>12</p>	<p>納品する動画で最低限必要なのは、  映像尺：横型 30秒、横型15秒、縦型30秒 の3つで、  異なる内容をそれぞれ2タイプずつ制作するという認識か。</p>	<p>動画は異なる内容のものを2本、それぞれ横型 30秒（KBS京都で放映）、縦型30秒（デジタルサイネージで放映）の計4本の制作が必須です。</p> <p>なお、加えて、配信媒体に合わせて、それぞれ動画の尺が異なる縦型及び横型の動画を制作いただく場合があります。</p>
<p>13</p>	<p>どのようなキャスティングイメージを持っているか？（性別、年齢、京都市との親和性を重視したい、影響力を重視したいなど）</p>	<p>本市がPRを希望する施策や事業のターゲット（ターゲットは本市が設定）に合わせたキャスティングが前提ですが、動画の広告配信と併せて行う相乗効果を図るため、知名度があるキャスティングが望ましいです。</p>
<p>14</p>	<p>これまでの施策においてタレントを起用した際、その効果について直接的な手応えを感じられたか。</p>	<p>令和7年度は、起用したタレントの影響力に加え、ターゲットを絞ったテーマ設定、テーマに合わせた配信媒体の設定、調整により、動画の再生回数やクリック数が増え、効果を感じられました。</p>

15

16

仕様書 4 委託内容(2)  
 動画(CM)の制作・発信  
 動画の制作について

17

18

19

<p>制作する異なる2本の動画について、京都市で学んだ（卒業した）学生たちがそのまま定着することをポイントにするのか、それともIターンの、学生たちを京都市への就職を促すのか、どちらか？</p>	<p>プロポーザルで設定したテーマは、審査上のテーマであり、実際に実施する内容は、契約後、本市と協議のうえ、決定するため、2本の動画は異なる内容となる想定です。</p>
<p>テーマの一部に「子育て」とあるが、これは就職・就業と異なるフェーズと思われる。  「就職→結婚→出産→子育て」という流れをイメージされておられるのか？  それとも、異なる2本の動画制作のうち、1本は「就職・定住」、もう1本は「子育て」というお考えか？</p>	<p>記載いただいた流れには限定しておりません。実際に実施する内容は、契約後、本市と協議のうえ、決定しますが、1本は「就職・定着」、もう1本は「子育て」のように、異なる内容で動画を制作いただく場合があります。プロポーザルの審査段階では、「就職・定着」をテーマに1本の動画の企画案を御提案願います。</p>
<p>メインターゲットは、京都市内在学者・第2新卒者を中心に想定されているか。首都圏や大阪府在住などからのUターン・Iターン希望者も含まれるか。</p>	<p>プロポーザルで設定した審査上のテーマでは、京都で学んだ（学んでいる）学生とUターンの可能性のある第2新卒者の両者をターゲットとして設定しています。</p>
<p>対象範囲についてですが、以下の①・②までと解釈しているが、③も含まれるか。</p> <p>①京都市内在住の就学及び就労されている男女19～26歳。  ②京都市外在住で、京都市で就学及び就労されている男女19～26歳  ③京都市外在住で、京都市外で就学及び就労されている男女19～26歳</p>	<p>③も含みます。</p>
<p>「京都市在住者」の定義について、例えば京都市に居住しつつ他府県（大阪府等）で就労している方もターゲットに含まれるか。</p>	<p>含まれます。</p>

20	新卒採用をターゲットとする場合、京都市として想定している学生の学力・大学群についてお考えがあればご教示いただきたい。	現時点で想定しているものではありません。
21	撮影にあたり、京都市内の企業様に対して協力依頼を行うことは可能か。	受託者にて依頼を行っていただくことは可能です。
22	映像制作において、特定の企業名・文化財名称を使用することは可能か。また、固有の文化的名称・ブランド名等を映像内で使用してよいか。	可能です。ただし、権利関係等の許諾取得については、受託者にてご対応願います。
23	KBS京都テレビやデジタルサイネージについて、放映期間・放映回数・想定GRP等は現地点で決まっていますか。また、これらの放映プランの提案も今回含まれますか。	KBS京都テレビやデジタルサイネージについては、放映期間・放映回数・想定GRP等は現時点で決まっていません。いずれも放映費用は本市が負担するため、放映プランのご提案は含まれません。
24	「効果的な媒体で配信」とあるが、配信媒体数ほどの程度をイメージしているか？ また、最も求める効果としては「認知拡大」「サイト誘因（クリック）」においてどちらか？	少なくとも2つ以上の媒体へ配信してください。最も求める効果は「サイト誘因（クリック）」ですが、媒体の特性に応じて「認知拡大」など別の効果が出せることが望ましいです。
25	媒体での配信期間はどの程度をイメージしているか？（1か月間、2か月間など）	広告配信期間中の状況に応じて、配信設定を調整できるよう、少なくとも1か月以上の配信期間を想定しています。
26	制作した動画の広告配信エリアはどこを想定しているか？（関西エリア、一都三県エリアなど）	関西圏（2府4県）、首都圏（1都3県）を想定しています。

仕様書 4 委託内容(2)  
 動画(CM)の制作・発信  
 動画の配信について

27

動画の着地先である「京のまち企業訪問」へのアクセス数や遷移数等の数値目標は設定されていますか。

動画の着地先である「京のまち企業訪問」へのクリック率が伸びるようにしたいです。クリック率の数値目標については、各配信媒体の同種の動画(CM)の平均クリック率以上を目標としています。

28

クリック数(サイト流入数)やインプレッション数、視聴完了数など具体的な目標はあるか?前年度の配信レポートなどがあれば、ご共有いただきたい。

各配信媒体の同種の動画(CM)の平均クリック率以上を目標としています。前年度の配信レポートは下記の<過去の取組事例>の回答をご確認ください。

29

「相乗効果を図るための露出施策」とは、どのような施策をイメージされているか?

例として、タレントのSNSで動画や京都市の取組を周知いただく等、動画の認知に繋がる施策などです。

30

仕様書 4 委託内容(2)  
動画(CM)の制作・発信  
<過去の取組事例>について

<過去の取組事例>において、令和7年度に制作・配信した動画の反響・成果・評価はどうであったか?

令和7年度  
○YouTube(30秒動画)  
配信期間:令和7年10月10日~11月9日  
表示回数:4,646,813回  
視聴回数:46,612回  
HPへのリンクバナークリック率:1.55%

○LINE(30秒動画)  
配信期間:令和7年10月10日~11月9日  
表示回数:3,504,696回  
視聴回数:3,966,573回  
HPへのリンクバナークリック率:0.24%

○ABEMA(15秒動画)  
配信期間:令和7年10月10日~11月9日  
表示回数(視聴開始数):429,191回  
視聴完了数:410,680回  
完全視聴率:96%

31	別紙 提出資料について 1 提出内容及び提出期日について	ご予算の内訳の目安はあるか？提案内容に応じて提案者が割り振る形で問題ないか？	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。
32	別紙 提出資料について 2 提案書及び営業概要書について C 実績	類似実績について、広報業務・リリース配信の実績か？ それとも動画制作・クリエイティブについての実績か？	プレスリリース配信、動画制作についての実績をご記載いただきたいです。
33		過去何年までの受託実績を書けばよろしいでしょうか？	過去3年分をお願いいたします。
34	(参考) 再委託の取扱いについて	添付されている書類は事前に、企画書提出時に併せて提出することでよい か？	「再委託承諾申請書」は企画書提出時ではなく、受託後にご提出いただくよ うお願いいたします。
35		一旦承諾をいただいた再委託については、受託後は一切変更はできないという解 釈でよいのか？	受託後に「再委託承諾申請書」をご提出いただけます。受託後の変更につい ては、再度「再委託承諾申請書」をご提出のうえ、本市が承諾した場合に限 り可能です。
36	(その他) 京都市の課題について	京都市として、若年層等の市外への人口流出が生じている主な要因についてどの ようにお考えか。京都市のご見解をお聞かせいただきたい。	本市の転入・転出の特徴として、若年層では、大学入学時に転入超過となる 一方、卒業時には転出超過となり、就職で東京や大阪に多く転出する傾向が あります。 魅力的な雇用機会の不足や、子育て世代では、高い住宅コストが要因と考え られます。
37	(その他) 令和7年度の活動について	令和7年度の活動において、よかった点および、課題として見えた点はどのよう なことが挙げられるか？	令和7年度は、動画の広告配信先を複数設定したことで、それぞれの媒体の 特性に応じた効果が生まれました。一方で、LINEでのリンクバナークリック 率は、令和6年度を下回っており、クリックを促す要素が弱い動画になっ ていた可能性があります。令和8年度は、異なる内容の動画2本を制作するこ とで、媒体の特性に合わせた配信を行い、さらなる広告効果の最大化を目指 します。