

「とっておきの京都」プロジェクトに係る
エリアプロモーション展開業務委託プロポーザル仕様書

1. 業務名称

「とっておきの京都」プロジェクトに係るエリアプロモーション展開業務
(以下、「本業務」という。)

2. 業務目的

本業務は、京都市内の各エリア（伏見、大原、高雄、山科、西京、京北）において、地域の特性を活かしたブランディングを推進し、「〇〇と言えば△△」といった地域イメージを定着させることで、認知度および訪問者数の向上を図るものである。

また、京都市内の一部地域において発生しているオーバーツーリズムへの対応として、「京都全体は混雑していない」という新たな観光イメージを発信し、「とっておきの京都」の各エリアへの観光の分散化を図ることにより、市域全体への訪問促進を目指す。

3. 業務期間

契約締結日から 令和8年3月31日 まで

4. 委託料の上限

金 30,000 千円（消費税および地方消費税相当額を含む）

委託料については、委託業務完了後の精算払いとする。受託者は業務終了後、業務の実施内容および要した経費について実績報告書等とともに報告すること。また、精算にあたって余剰が生じた場合は委託者に戻入しなければならない。

5. 委託内容

受託者は、以下の方針に基づき、各地域の特性や観光資源を最大限活かしたプロモーション戦略を立案し、展開すること。

なお、プロポーザル提案、業務の履行にあたって、別添「とっておきの京都プロジェクトに係るエリアプロモーション展開業務委託プロポーザル仕様書に関する要件書」を参考資料として使用することができる。

(1) エリアプロモーション戦略の立案

- 各地域の特色や観光資源を的確に捉え、「〇〇と言えば△△」という明確な地域イメージの定着を図るブランディング戦略を策定すること。
- 該当エリアの新規ファンの獲得と既存のファンの愛着度を深化させること。
- 各地域への関心喚起と訪問動機を高めるため、想定する観光客のターゲット層のニーズや関心に応じたテーマを設定し、それに基づく情報発信の切り口や媒体選定（SNS、WEB、紙媒体等）を提案すること。
- 観光客の多くが持つ「京都＝常に混雑している」といった固定観念を緩和し、とっておきの京都エリアが“混雑とは無縁で、時間帯や季節を問わず快適に楽しめる”場所であることを訴求する戦略を策定すること。また、季節や時間帯ごとの自然・風情を活かした演出により、地域の魅力をより高める情報発信を行うこと。

- 上記に加えて、受託者は、プロモーション戦略の構築にあたり、各エリアに点在する既存および新規観光コンテンツを積極的に巻き込み、広く活用するという視点を重視すること。単一の観光資源に依存するのではなく、地域内の多様な観光資源を複合的に連携させて訴求することで、エリア全体としての魅力を高め、観光客の回遊性と訪問意欲の向上を図ること。あわせて、こうした取り組みの成果については、定量・定性の両面から効果検証を行い、必要に応じて施策の改善を図ること。実施にあたっては、委託者および各地域関係者と十分に協議を重ね、合意形成を図りながら進めること。
- 本プロポーザルの採択後はすみやかに準備をすすめ、令和7年秋頃を目途にプロモーションを開始できるよう計画を策定すること。

(2) エリアプロモーションの展開（コンテンツ等制作、広報・PR）

(1) で立案した戦略に基づき、各エリアにてコンテンツ等の制作や広報・PRを実施、訪問者増を図ること。

なお、以下にコンテンツ等制作や広報・PRの例を示すが、これらの例に限らず訪問者増に効果的な手法を提案すること。

- ユーザー参加型コンテンツ
地元観光資源を活用した、フォトコンテストの実施・デジタルスタンプラリーの実施・クーポンコードの配布・イベント企画運営・位置情報やアンケートと連動したキャンペーンの実施など、各エリアの訪問者数や回遊性の向上を図りつつ、定量的な効果検証が可能なユーザー参加型のプロモーションキャンペーンの実施
- ショート動画（2025年度必須）
地域の魅力を伝える30秒～1分の動画を年間6本以上制作（英語字幕付き。ナレーションまたはテロップは日英対応を検討）
- Web記事
各エリアの観光スポット、食、体験などを紹介する記事を制作。SEOに配慮し、画像・タイトル・ハッシュタグを含む形式で納品すること
- SNS投稿素材
ビジュアル付き投稿コンテンツ（画像または動画＋投稿文）を組み合わせる納品
- WEB広告
ディスプレイ広告およびSNS広告（Instagram、X、Facebook等）の定期配信
- ショート動画配信
YouTube Shorts、Instagram Reels、TikTok等における定期配信（英語字幕付）
- インフルエンサー・マスメディアの活用
 - ・ テレビ、新聞、雑誌、ラジオ等の掲載や配信
 - ・ SNSインフルエンサーやブロガーの活用
- その他の広報展開
 - ・ 鉄道事業者等との連携広告
 - ・ 地域イベントと連動した相互プロモーション
 - ・ 受託者によるその他の独自提案

※ 独自提案も委託料の上限に含めることとする

(3) 対象・ターゲット

- 主に関西圏および首都圏の日本人観光リピーター層
- 前項について、各世代のニーズを把握し、世代別に最適化した広報展開を行うこと
- 副次的に外国人観光客への訴求も意識し、多言語対応を図ること

(4) その他

- 地元等関係者との連絡調整業務

本業務の遂行にあたっては、委託者との十分な協議を行うとともに、必要に応じて各エリアの地元団体および自治体との連絡・調整を行い、関係者の意向を十分に反映し、合意形成を図ること。また、情報発信にあたっては、事実誤認等がないよう、事前に確認を行うこと。

6. 成果物

- 年度ごとの広報実績報告書（定量・定性両面の分析を含む）
- 各種 PR 素材（動画、広告画像、ポスター等）

7. 成果指標

委託者は、本業務において、「各エリアへの訪問者数の向上」および「受託者によるエリアプロモーション施策の効果検証」を、委託に際する最重要事項として位置付けている。これらの成果を評価するため、以下の指標を用いるものとする。

- 地域訪問者数の増加（クーポン利用率やイベント・スタンプラリー参加者数等の関連指標含む）
- ショート動画を含む SNS のエンゲージメント（再生数、いいね、コメント、シェア数等）
- 地域ブランド認知度の変化（アンケート調査等による定量的・定性的評価） 等

8. 提案事業者を求める要件

- 地域への誘客に資する観光コンテンツ造成実績
- デジタルマーケティングおよび SNS プロモーションの実績
- 地域プロモーションにおけるブランディング経験
- 効果検証および報告書作成能力
- 映像コンテンツ（ショート動画等）の制作実績

9. 業務遂行体制

- 役割を明確にした体制を明示すること。
- 必要に応じ、SEO、映像制作、地域観光等の外部専門家を活用すること。
- 本業務の開始から終了までの間、事業実施方法や進捗状況の確認等、事業の円滑な実施のために、定期的および委託者の求めに応じて連絡調整を行うこと。

10. 仕様の変更

委託者は、仕様書の定めるところにかかわらず、本業務を迅速・適切に遂行するために必要であり、かつ、適当と認めた時には、受託者と協議のうえ、仕様書の内容を変更することができる。

11. 著作権等

- 本業務を通じて著作権その他知的財産権が生じた場合、その権利は全て委託者に帰属するものとする。また、委託者はこれを自由に編集・加工し、各種媒体で二次利用できるものとする。ただし、事前に書面による発注者の同意を得た場合はこの限りではない。
- 本業務に使用する映像、イラスト、写真、その他資料等について、第三者が権利を有するものを使用する場合には、使用の際、委託者に通知するとともに、第三者との間で発生した著作権その他知的財産権に関する手続きや使用権料等の負担と責任は、全て受託者が負う。
- 業務または成果物に関し、第三者からの権利主張や損害賠償等が発生した場合は、受託者が責任をもって対応し、委託者または第三者に損害が生じた場合には賠償責任を負う。

12. 再委託

- 受託者が、業務の一部を第三者に委託する場合は、あらかじめ委託者の承認を得ること。
- 再委託先は、本業務において受託者が負う義務と同等の義務を負うものとする。
- 受託者は、再委託先の行為について、再委託先と連携し、その責任を負うものとする。

13. 留意事項

- 各エリアの受入体制に配慮したプロモーション設計を行うこと。
- 発信する情報については、事前に事実確認を行い、情報の正確性を担保すること。
また、多言語で情報発信を行う場合は、各対象言語においてネイティブチェックを実施し、併せて国際関係の状況を考慮し、不適切な内容が含まれていないかを精査した上で発信すること。
- 予算は単年度ごとの確保となるため、柔軟かつ効果的な対応を行うこと。
- 本業務に関する広報・制作業務全般について、実施責任を負うこと。
- 受託者は、本業務の実施に当たり、本仕様書、発注者の各規程その他の諸法規を遵守すること。また、個人情報を取り扱う場合は、その取扱に十分留意するとともに、「個人情報保護法」および「京都市個人情報保護条例」「京都市情報セキュリティ対策基準」等の関連法令を遵守し、個人情報の保護に努めること。
- 本仕様書に定められたことへの違反が認められた場合、委託者は、受託者との契約期間中に、その契約を破棄することができる。
- 業務遂行中に知り得た情報は第三者に漏洩してはならない。
- 前項については、委託期間終了後も同様とする。
- 成果物に瑕疵がある場合、受託者の責任において速やかに修正・補完を行い、費用は受託者の負担とする
- 受託者が、上記の各条項に違反した場合は、契約書の規定に基づき委託者が委託業務の一部または全部を解除し、委託料を支出しないまたは支出している委託料の一部若しくは全部を返還させる場合がある。
- 本業務に係る京都市予算が成立し、次のア～ウのいずれにも該当せず、エを満たし、委託者及び受託者が同意する場合は、令和9年度までの3年を限度として、年度毎に契約を更新することがある。
 - (ア) 受託者がプロポーザル募集の応募資格を満たさなくなったとき
 - (イ) 仕様書の内容に従っていないと認められる場合

(ウ) 企画提案書類で提案された取組が実施されていないと認められる場合

(エ) 継続的なプロモーションを実施することで、各エリアの魅力の定着・拡散など効果的・効率的に地域ブランドの構築が見込まれる場合。

- なお、京都市予算が成立しなかった場合は無効とし、契約前の事業実施のために行った準備行為等に係る費用が既に発生していても、受託者はその費用を京都市及び委託者に請求することはできない。また、更新に際する委託契約の業務内容及び契約金額については、企画提案書及び見積書をもとに、更新時に別途協議する。
- 本仕様書に記載のない事項については、委託者と十分に協議の上、決定すること。