

全国都市緑化フェア in 京都丹波
広報宣伝・協賛・行催事実施計画策定及び実施業務委託
仕 様 書

1 業務名

全国都市緑化フェア in 京都丹波広報宣伝・協賛・行催事実施計画策定及び実施業務委託

2 定義

- (1) 実施団体 全国都市緑化フェア in 京都丹波推進協議会をいう。
- (2) 基本構想 令和5年度に実施団体が策定した「第43回全国都市緑化フェア in 京都丹波基本構想」をいう。
- (3) 基本計画 令和6年度に実施団体が策定した「第43回全国都市緑化フェア in 京都丹波基本計画」をいう。

3 履行場所

京都丹波地域（亀岡市、南丹市、京丹波町）ならびに広報宣伝、協賛獲得の対象エリア

4 履行期間

契約締結日から令和8年3月31日までとする。

■実施計画の策定期間は、契約締結日から令和7年9月30日までとする。

なお、計画は、①令和7年度上半期（契約締結日～令和7年9月30日）、②令和7年度下半期（令和7年10月1日～令和8年3月31日）、③令和8年度（令和8年4月1日～令和9年3月31日）に分割して作成し、これらを取りまとめて納品するものとする。①は、令和7年6月30日までに作成し、実施団体の承認を得ること。

■実施業務の委託期間は、契約締結日から令和8年3月31日までとする。

5 業務の目的

本業務は、全国都市緑化フェア及び第43回全国都市緑化フェア in 京都丹波（以下「京都丹波フェア」という。）の基本構想・基本計画を踏まえて、事業趣旨の浸透、来場者の拡大、地域住民の参画等の最大化を図るため、京都丹波地域の魅力の発信と事業全体の広報等を一体的に行い、京都丹波フェアの開催に必要な各実施計画の策定及び準備、実施、運営等を行うことで円滑な事業の推進を図ることを目的とする。

6 広報宣伝

6-1 現状の目標値・訴求対象とアプローチ

京都丹波フェア開催期間の来場者数が早期に75万人に達することを想定し、開催目的に沿った来訪者の意識・行動変容を促すことを目標とする。

メインターゲットは、過去フェアにおける最大の来場者層である50歳代前後の女性とし、単に緑化フェアや草花への関心のみならず、京都丹波フェア独自の価値観等を考慮した来場や来場後の関係構築を促すような広報・広告を実施する。

サブターゲットは、勤労世代・若年世代を対象としたファミリー層とし、デジタル広告やSNSを活用し、緑化フェアに類似したイベントへの来場・非来場の経験を問わず、「環境」「食農」「芸術」といった京都丹波の魅力の訴求による来場促進ができるような広報宣伝を実施する。

また、上記のメイン・サブターゲット以外にも京都丹波フェアのコンセプトに基づき、より多くの人々の来場促進・意識変容を目指すこと。業務の実施にあたっては、訴求対象を具体的に想定し、それぞれの訴求対象に最も有効な手法を講じること。また、訴求対象に応じて、媒体を使い分けることも可とする。

6-2 業務内容

(1) 広報宣伝実施計画

基本計画や先催事例等を踏まえ、京都丹波フェアにおける広報宣伝実施計画の策定については、以下の事項について検討・整理する。

なお、業務の実施にあたっては、地域の人々の営みにもスポットを当て、協働・連携体制を築くことで京都丹波フェア開催後も持続効果のあるものとするため、幅広く潜在層へ周知するとともに、継続的に京都丹波と関係性を持つことが見込まれる人々への訴求にも注力すること。また、これらの実践においては、1年前イベントや100日前イベントといったカウントダウンイベントや京都丹波フェア開催に向けて行われるプレイベントの他、2025年の亀岡市市制施行70周年、京丹波町町制施行20周年、2026年の南丹市市制施行20周年に関する事業や各市町のシティプロモーション、注力事業との連携も考慮し、京都府を含めたそれぞれの自治体が持つ既存媒体等の活用や地域企業等との連携、京都丹波に関する統計基礎データ等を参考に、ターゲット設定や観客誘客・広報宣伝手法及びその効果等を分析・整理すること。

ア 広報宣伝の方針

別途策定する会場や協働推進等に関する実施計画など京都丹波フェアに係る各種計画・事業との連携を行い、フェア開催前から、より多くの京都丹波の住民に浸透し、より多くの人々の来場促進・意識変容のための広報宣伝の展開方

針等をまとめること。

(ア) ターゲットの属性及び広報宣伝の具体的な取り組み毎に観客誘致・広報宣伝の展開方針等をまとめるとともに、実施に向けた課題や必要な手続等について、内容、実施主体、スケジュール等を明確に整理する。

※実施団体が委託せずに実施する媒体等も含む（例：公式 SNS 運用や Web サイトなど）

(イ) 実施団体及び参画団体や企業・団体等と連携した効果的な観客誘致・広報宣伝の展開方針をまとめる。

(ウ) 京都丹波フェアの各フェア拠点及びフェアスポットにおける取り組み、イベント等について、より多くの人に周知し、参加してもらうための展開方針等をまとめる。また、実施にあたり調整すべき事項を整理する。

(エ) 広報宣伝に係る事業費を令和7年度、令和8年度ごとに細目別に算出し、整理する。

(オ) 企業、教育機関、市民団体等の誘客を促す PR 方法を整理する。

(カ) 来訪者拡大に向け交通機関、旅行会社、観光関係者等への PR 方法を整理する。

イ 広報宣伝の具体的な取り組み

「ア 広報宣伝の方針」で整理・分析した事項等を踏まえて、広報宣伝の具体的な取り組みを整理・実施する。

(ア) 広報宣伝の具体的な取り組みを整理するにあたって、協働・共創の取り組み等と一体となった広報宣伝を行っていくため、取り組み全体を把握し、全体の統一感を崩すことがないように調整を図ること。また、協賛計画と連動し、協賛特典としての広告掲載枠等を整理すること。

(イ) 広報ツールの制作・配布に関しては、以下のとおりとする。

■各種広報ツール（ポスター、チラシ、ノベルティ等）による広報宣伝の具体的な展開・実施内容を整理する。

■実施に必要な広報ツールの種別、種類、数量、展開期間、準備期間、仕様、予算、配布先等を整理する。

(ウ) キャンペーン事業に関しては、以下のとおりとする。

■市内外において実施するキャンペーン活動について、ターゲットの属性等を踏まえた具体的な展開（スケジュール、実施内容、展開期間、準備期間、展開エリア、実施手法、運営体制、備品等準備物、予算等）を整理する。

■上記を実施するにあたって調整すべき事項を整理する。

(エ) マスメディア活用事業に関しては、以下のとおりとする。

■マスメディア等を活用し、各種媒体の特性を踏まえたターゲットの設

定や具体的な展開（スケジュール、実施内容、展開期間、準備期間、展開エリア、実施手法、実施回数、予算等）を整理する。

■上記を実施するにあたって調整すべき事項を整理する。

(オ) 屋外広告物等の制作・設置事業に関しては、以下のとおりとする。

■屋外広告物等（広告看板、バナー、のぼり、横断幕、柱巻き、交通広告、デジタルサイネージ、カウントダウンボード等）を活用し、各種媒体ごとの特性を踏まえたターゲット設定や展開（スケジュール、実施内容、展開期間、準備期間、展開エリア、実施手法、実施回数、予算等）を整理する。

■上記を実施するにあたって調整すべき事項を整理する。

(カ) パブリシティ事業に関しては、以下のとおりとする。

■幅広いメディア等に対応するパブリシティ事業について、京都丹波エリア内向け・エリア外向けそれぞれの具体的な展開（スケジュール、実施内容、実施手法及び手順、予算等）について整理するとともに、実施にあたって調整すべき事項を整理する。また、パブリシティ事業による京都丹波フェア終了後の効果測定方法を検討・整理する。

(キ) Web 広告等配信事業に関しては、以下のとおりとする。

■Web 媒体（リスティング広告、デジタルバナー広告、動画広告等）の活用による広報宣伝の具体的な展開（スケジュール、実施内容、展開期間、場所、準備期間、実施手法、実施回数、予算等）について整理する。

■公式 Web サイト、SNS アカウントと連動した広報宣伝の展開や効果検証方法を整理する。

■公的施設のほか、実施団体及び参画団体や民間施設等と協議・調整し、タイアップ等による展示、広告、デジタルサイネージ等による広報宣伝の具体的な展開（スケジュール、実施内容、展開期間、場所、準備期間、実施手法、実施回数、予算等）を整理する。

■上記を実施するにあたって調整すべき事項を整理する。

(ク) 開催期間中の観客誘致事業に関しては、以下のとおりとする。

■来場者への情報提供ツールとするため、交通輸送の実施計画等の内容を踏まえ会場へのアクセス、取り組み、イベント等を掲載したガイドブック、会場マップ等の情報ツールの具体的な取り組み内容を整理する。また、実施に必要なツールの種別、種類、数量等を整理する。

■交通機関、旅行会社、その他企業等と連携した広報宣伝の考え方及び具体的な展開や実施内容を整理する。

■京都丹波エリアの住民との協働・連携により、住民参加型で盛り上げることができるような広報宣伝方策の考え方及び展開、実施内容等を整理する。

- (ケ) 開催期間後に作成する公式記録に関して必要な内容を整理する。
- (コ) 策定する実施計画に基づき、京都丹波フェアにおける広報宣伝に関する準備・実施を含めた全体事業スケジュール、実施体制及び事業費を整理する。

ウ 公式記録

京都丹波フェアの開催前から開催状況、成果までの記録制作の具体的な実施手法、内容、ページ数及び事業費等を整理する。

エ 実施計画のとりまとめ

「ア 広報宣伝の方針」「イ 広報宣伝の具体的な取り組み」及び「ウ 公式記録」で整理した内容を踏まえて、必要な事項を広報宣伝実施計画としてとりまとめる（令和7年度内の広報宣伝の実施を踏まえ、令和7年度上半期と下半期と令和8年度分で区分すること）。計画における広報宣伝実施業務費用に関しては、実施団体と協議調整の上、それぞれ適当な予算配分で算定することとし、予算項目に内訳金額及び配分割合（%表示）を記載すること。

(2) 広報宣伝実施業務

「(1) 広報宣伝実施計画」を踏まえて、2025年の亀岡市市制施行70周年、京丹波町町制施行20周年、2026年の南丹市市制施行20周年に関する事業や各市町のシティプロモーション、注力事業との連携も考慮しながら、各種媒体を活用し、京都丹波エリア内外に向けた京都丹波フェアの周知拡大や機運醸成、より多くの住民との連携などに向けた各種広報の制作、準備、実施、運営を行う。

なお、業務の実施にあたっての撮影費用、デザイン作成費用、その他制作にかかる費用を本業務に含むものとして見積もることとする。また、数量や回数等については、あくまでも目安であり、他事業の取り組みと連携し柔軟な対応を行うことを前提に、実施団体と協議の上、各種広報媒体への傾斜配分の調整等を行うものとする。また、提案にあたっては、「必須提案」の指定があるものは、必ず提案することとし、「選択提案」については、選択して自由に提案できるものとする。

ア 広報基本活動

(ア) 広報基本活動等

- 広報宣伝の具体的な取り組みを実施するにあたって、協働・共創の取り組み等と一体となった広報宣伝を行っていくため、取組全体を把握するとともに、助言等の必要な支援を行う。
- 広報宣伝に必要な情報取材、WEB 配信手配等を行う。
- プレスリリース配信業務
プレスリリース配信業務は、必須提案とする。プレスリリースの作成、

編集、配信、報道調査等を実施する。提案にあたっては、手法・利用サービス・実施回数等を示すこと。

イ 広報ツール制作・配架

広報ツールの制作にあたっては、状況に応じた数量や掲出箇所の変更、デザインリサイズ等は実施団体と協議のうえ柔軟に対応するものとする。実施団体が配架するものの他に、受注者において配架先の提案がある場合は、配架先名、部数等を示して提案すること。

(ア) ポスター・チラシのデザイン制作・印刷・掲出・配布

京都丹波フェアの趣旨やコンセプト、テーマを踏まえて、より多くの人々の認知・関与・来場を促すためにポスター・チラシのデザイン制作・印刷・掲出・配布を行う。部数は、下記に示す作成部数に加え、提案内容に合わせて増刷する部数で見積もること。

■ポスター

ポスター制作は、必須提案とする。実施団体配架用のポスター制作は、以下のとおりとする。

- a デザインは、計4種類（令和7年度通常用2種類、1年前イベント用1種類、100日前イベント用1種類）を制作する。
- b サイズはB1サイズ（片面）とする。
- c 印刷はフルカラーとし、部数は、以下の表の部数を目安とする。

掲出時期（予定）	種別	作成枚数	備考
令和7年6月～	通常	1,000部	
令和7年9月～	1年前イベント	1,000部	
令和7年11月～	通常	1,000部	
令和8年6月頃	100日前イベント	1,000部	掲出は令和8年度

- d 素材は、ユポ紙や耐光インクを使用するなど、屋外での掲出を想定し、耐光性や耐久性を考慮して選定すること。
- e 印刷物とは別に、完成物のデータを、AI及びJPGのファイル形式で納品する。データは、WebサイトやSNS等での活用を想定し、それに適したデータ容量・サイズとすること。

■チラシ

チラシ制作は、必須提案とする。実施団体配架用のチラシ制作は、以下のとおりとする。

- a デザインは、計4種類（令和7年度通常用2種類、1年前イベント用1種類、100日前イベント用1種類）を制作する。

- b サイズは、A4 サイズ（両面）の1種類を作成する。
- c 印刷は、フルカラーとし、以下の表の部数を目安とする。なお、納品は、実施団体が指示する複数の場所へ分割して行うこととする。

配架時期（予定）	種別	作成枚数	備考
令和7年6月～	通常	20,000部	
令和7年9月～	開催1年前イベント	30,000部	
令和7年11月～	通常	20,000部	
令和8年6月頃	100日前イベント	30,000部	掲出は令和8年度

- d 印刷物とは別に、完成物のデータを、AI 及び JPG のファイル形式で納品する。データは、Web サイトや SNS 等での活用を想定し、それに適したデータ容量・サイズとすること。

(イ) プロモーション動画制作

プロモーション動画制作は、選択提案とする。京都丹波フェアを PR する動画を次に示す内容に従い制作する。

- 動画の制作に先立ち、動画制作の目的やコンセプト等をまとめた企画書を作成し、実施団体の承認を得ること。
- いずれの動画も画像サイズは、フルハイビジョン（W1,920 cm×H1,080 cm）とし、動画配信サイトや各種デジタルサイネージ等で放映できるサイズ・形式とする。
- 撮影場所の利用調整や撮影許可等の手続きは、受注者において行う。
- BGM 等用の音楽素材の使用に関しては、著作権フリー音源を使用する等、著作権の問題が発生しないようにすること。著作権等の許諾が必要な場合は、受注者において手続きを行う。
- 肖像権等の問題が発生しないよう、権利処理等の手続きが必要な場合は、受注者において行う。
- 動画のナレーションやインタビュー等の音声が入る場合は、テロップを付けるなどの編集を行う。
- 完成物は、次の基準により納品すること。
 - a ファイル形式は MP4 形式とし、データで提出する。
 - b Web サイトや YouTube、SNS 等での放映を想定し、それに適したサイズ、データ量とする。
 - c 映像データからテロップ及び BGM を除いたデータも提出する。

(ウ) デジタルサイネージ広告のデザイン制作・掲出

デジタルサイネージ広告は、選択提案とする。

- デザインは、ポスター・チラシ等のデザインを踏まえて制作すること。
- サイズは、使用する施設ごとの設備等にあわせてリサイズを行うこと。
- 完成物のデータを、MP4形式で納品する。データは、WebサイトやYouTube、SNS等での放映を想定し、それに適したデータ容量・サイズとすること。

(エ) 広告物の制作・設置等

広告物の制作は、選択提案とする。横断幕を制作する場合は、以下のとおりとする。

■横断幕

- a デザインは、ポスター・チラシ等のデザイン等を踏まえたうえで制作し、素材は、耐光性や耐久性を考慮して選定する。
- b サイズは、原則、W1,000 cm×H80 cmとする。また、スリット加工を施し、歩道橋等に設置するためのハトメ等を配置すること。
- c 制作は、フルカラーとし、枚数は3枚以上納品すること。

ウ キャンペーン活動

(ア) 連携事業におけるキャンペーン活動

連携事業におけるキャンペーン活動は、必須提案とする。

亀岡市市制施行70周年、京丹波町町制施行20周年、南丹市市制施行20周年記念事業や各市町のシティプロモーション、注力事業等の実施時期や実施状況を踏まえて、効果的に周知啓発やPRを行う。

■記念事業の式典は、令和7年10月亀岡市、令和7年10月京丹波町、令和8年1月南丹市を予定している。

■京都丹波フェアのターゲット層ごとに効果的に訴求できるよう、実施時期や既存イベントの実施状況を踏まえて、実施内容を協議調整する。

■PRブース出展等によりスタッフを派遣する場合は、常時2名以上を配置すること。

■亀岡市、南丹市、京丹波町が主催するイベント以外への出展に伴い必要な事務等の手続きは、受注者において行う。

■PRブースにPRパネル等の設置が必要となる場合は、実施団体と協議の上適宜作成する。

■イベント等を実施した場合は、SNS投稿用の写真・動画等を用意すること。

(イ) その他イベント等におけるキャンペーン活動

その他イベント等におけるキャンペーン活動は、選択提案とする。

京都丹波及び近郊における京都丹波フェアの認知を獲得し、令和8年度の来場を促すために実施団体と協議の上、公園や庭園、イベント等でのブ

ース出展やポスター・チラシの配布、SNS 等を活用した広報 PR を実施する。

■亀岡市、南丹市、京丹波町が主催するイベント以外の出展に伴い発生する必要な事務等の手続きは、受注者において行う。

■PR ブースに PR パネル等の設置が必要となる場合は、実施団体と協議の上、適宜作成する。

■イベント等を実施した場合は、SNS 投稿用の写真・動画等を用意すること。

(ウ) ノベルティグッズの制作等

ノベルティグッズの制作は、必須提案とする。

認知拡大や機運醸成のため、京都丹波フェアのターゲット層ごとに訴求効果の高いノベルティグッズを制作する。

■5種類程度制作する。

■1種類あたりの制作数は、種類によって概ね1,000～2,000個とする。

■配布先の調整及び在庫管理等を行う。

エ Web 活用

(ア) デジタル広告（バナー、リスティング広告、SNS 広告等）

デジタル広告（バナー、リスティング広告、SNS 広告等）の実施は、必須提案とする。掲載先サイト閲覧者の属性を具体的に想定し、それに適した広告を制作・配信する。

■ブラウザはスマートフォンを優先するが、デザインはレスポンシブデザインとし、ブラウザを問わず最適な表示を行うこと。

■実施後速やかに、実施結果（表示回数、クリック数、エンゲージメント数、率等）の詳細な結果報告書を作成・提出し、実施団体の確認を受けること。

■別途運用している京都丹波フェア公式 Web サイト及び公式 SNS と連携すること。

(イ) デジタル広告（動画広告）

デジタル広告（動画広告）の実施は、選択提案とする。掲載先サイト閲覧者の属性を具体的に想定し、それに適した広告を制作・配信する。

■動画素材の制作本数や秒数等は企画提案とする。制作にあたっては、発注者と協議の上、実施すること。

■別途作成するプロモーション動画の使用を前提とした媒体の提案をすることも可能とする。

■作成した動画は、公式 SNS、Web サイトに掲載するため、それに適した

データ量・サイズのを別途納品すること。

■実施後速やかに、実施結果（表示回数、クリック数、視聴完了数、率等）の詳細な結果報告書を作成・提出し、実施団体の確認を受けること。

オ マスメディア活用

広報集中期間において、多くの人に京都丹波フェアへ来場してもらえるよう、広報 PR、広告を行う。

（ア）テレビ

テレビ CM 等の実施は、選択提案とする。

■提案にあたっては、出稿パターン、放送時間帯、放送エリア、放送期間、PR、予算等を明記すること。

■作成した動画は、公式 SNS、Web サイトに掲載するため、それに適したデータ量・サイズのを別途納品すること。

（イ）ラジオ

ラジオ CM 等の実施は、選択提案とする。

■提案にあたっては、放送局、放送時間帯、放送エリア、放送期間、予算等を明記すること。

（ウ）新聞

新聞広告の実施は、選択提案とする。

■掲載時期は、広報集中期間とし、掲載紙は朝刊とする。

■提案にあたっては、掲載紙の種類、配布エリア、販売部数、掲載サイズ、掲載時期、予算等を明記すること。

■作成した画像は、公式 SNS、Web サイトに掲載するため、それに適したデータ量・サイズのを別途納品すること。

（エ）雑誌

雑誌広告等の実施は、選択提案とする。

■提案にあたっては、雑誌名、発刊数、掲載サイズ、掲載時期、予算等を明記すること。

カ ODM 広告（交通広告及び屋外広告等）

ODM 広告の実施は、選択提案とする。京都丹波フェア開催の認知向上、機運醸成、会場への期待感、来場者へのおもてなし感等を演出するものとし、媒体、掲載エリア、掲載時期、視聴者数見込、予算等を明記すること。

キ 公式記録

京都丹波フェア開催に向けて取り組んできた経過や実績、開催期間中の公式行事や各種イベント、出展展示、協賛企業、広報 PR、広告のための制作物等を掲載した公式記録を令和 8 年度に制作するため、本業務で実施した活動等の画像データを取りまとめること。

ク 各自治体所有の既存媒体の利用

各自治体所有の既存媒体の利用は、選択提案とする。広報誌、ケーブルテレビ等、各市町が活用する既存の広報媒体を活用した広報の実施提案を行うこと。

ケ その他

(ア) 上記に記載した内容の他に、より広告効果があると思われる案がある場合は、別途企画案として提案すること。

(イ) 京都丹波フェアの認知向上や機運醸成のため、上記の記載内容に関連して急遽必要となる業務が生じた場合については、実施団体と協議調整の上、随時対応すること。

6-3 実施スケジュール

(1) 本業務の大まかな実施スケジュール案は、以下の表のとおりとする。

(2) 広報集中期間は、8月下旬～11月中旬を想定しているが、京都丹波フェアの認知・関心を獲得するのによりふさわしい時期があれば、変更して提案することを可能とする。

(3) イベント実施時期は、予定であるため、変更等が発生した場合、実施団体と協議調整の上、随時対応すること。

(4) 本業務の全体スケジュールを作成・管理するとともに、進捗を管理すること。

【実施スケジュール案】

令和7年									令和8年		
4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
					広報集中期間 案						
					1年前イベント						
					プレイベント期間						
実施計画策定 (令和7年度上半期分)											
実施計画策定 (令和7年度下半期、令和8年度分)											
広報宣伝実施(令和7年度分)											
									100日前イベント関連制作		

6-4 広報宣伝業務に係る成果物等の著作権

- (1) 受注者及び作成者は、本業務において作成された成果物に関する一切の著作権（著作権法第27条及び第28条の権利を含む。）を、当該成果物の引き渡し時に実施団体に無償で譲渡する。
- (2) (1)に定める著作権譲渡の効果は、納品時から発生するものとする。
- (3) 当該成果物の納品にあたって、実施団体以外の者の著作権等に関する権利を侵害しないことを、受注者が確認すること。
- (4) 受注者及び作成者は、実施団体又は実施団体が指定する第三者に対し、著作者人格権を行使しないものとする。
- (5) 実施団体は、当該成果物が著作物に該当するとしないうに問わず、当該成果物等の内容を受注者及び作成者の承諾なく自由に公表することができ、当該成果物等の利用目的実現のためにその内容を改変することができる。
- (6) 契約期間終了後、当該成果物について、実施団体がインターネットを含む、対外的な発表を行うこと、複製、翻訳、翻案、譲渡及び貸与することに関して、受注者及び作成者は一切の異議を申し立てないこと。
- (7) 本件契約に基づき納品された成果物及び各種制作物について、広報・広告の目的の範囲内において契約期間終了後、一定期間使用（令和9年3月末までを想定）できるものとし、タレント起用などにより使用期限や年度ごとの追加費用が発生する場合は、その旨を明記すること。

6-5 業務にあたっての注意事項

イメージキャラクター、タレント、ロゴマーク等の使用等

- (1) イメージキャラクターを使用する場合は、「明智かめまる」「さくらちゃん」「京丹波 味夢くん」を使用することとし、媒体別の使用方法は企画・提案とする。また、各媒体において予算の範囲内でタレント等を用いた提案を行うことは可能とする。なお、メッセージを発信する際に特定のタレント等を活用する場合には、安心感があり、幅広い層に認知があり受け入れやすいものを選定すること。
- (2) ロゴマークを使用する場合は、第43回全国都市緑化フェア in 京都丹波「京都丹波みどりの里まつり シンボル・ロゴマークガイドライン」を参照すること。
- (3) 愛称「京都丹波みどりの里まつり」については、タグラインとして必ずしも使用する必要はない。
- (4) 現状、特定のイメージカラーの設定はしていないが、統一感を持たせるため、公式Webサイトやロゴマークの色味を基本としつつ、より京都丹波フェアのイメージにふさわしいカラーがあれば新たに企画提案を行うことも

可能とする。

- (5) 業務の実施にあたり、各クリエイティブ制作時には3パターン以上のラフ案を準備し、実施団体と協議の上、制作にあたること。
- (6) 実施団体が運用する京都丹波フェア公式 SNS アカウントと連動した効果的な広報・広告を行うため、必要に応じて SNS 運用に関するアドバイス等を行うこと。(フォローの例：デジタル広告配信開始に併せた SNS での PR 連携、Web サイトでのローンチ時期の連携など)
- (7) 広報表現は以下について注意すること。
 - 実施団体が実施する広報としてふさわしいもの
 - 行政機関の広報としてふさわしいもの
 - 設定したターゲットの興味を喚起するとともに、身近なイベントとして親しみを持ってもらえるような表現
- (8) 媒体等の提案において、「実施を保証するもの」と「保証はできないが実施に向け努力するもの」を区別して記載すること。
- (9) 制作委託した全ての広報媒体にかかるビジュアル、キャッチコピー、映像、音声等については、亀岡市、南丹市、京丹波町、京都府の広報誌、Web サイト、その他各自治体が使用する一切の媒体、並びに実施団体が使用する一切の媒体に使用できるものとする。なお、実施団体以外の者が使用するにあたっては、事前に実施団体と協議することとする。
- (10) 広告はブランドセーフティに則った媒体を優先的に選定すること。
- (11) この仕様書に定めのない京都丹波フェアに関する広報宣伝に関する事項は、実施団体の指示に従うこと。

7 協賛

7-1 前提条件等の整理

- (1) 基本計画の内容、事業スケジュール、実施団体のイメージ等を把握し、関連する各事業との調整事項、検討項目を整理する。
- (2) 先催事例や京都丹波地域及び京都府内で行われた大規模イベント事例を調査、資料収集し、フェアへの協賛における実施資料等を整理する。
- (3) 多様な主体のフェアへの様々な関わり方や協賛形態、メニュー等を検討・整理する。

7-2 業務内容

(1) 協賛実施計画

以下に示す項目を検討し、実施計画に反映させる。

ア 協賛勸奨及び受け入れに関する区分・ランク・特典・申込方法・勸奨活動

等の具体的な方策及び手法

- イ 協賛先、協賛項目、アプローチ等のリスト化
 - ウ 協賛項目ごとの方策及び戦略
 - エ 開催年度までの推進スケジュール及び各年度の実施体制
 - オ 協賛事業に必要な年度別、細目別事業費の算出及び整理
- (2) 協賛実施業務
- ア 協賛セールスシート作成、協賛勧奨活動、資料作成などを行う。
 - イ 協賛金及び協賛物品の獲得内容については、基本計画中の協賛計画を参照すること。
 - ウ 受注者の募集活動により獲得した協賛について、協賛金はその額の10%を、物品は金額換算相当額の2%を手数料として受注者に支払うものとする。
- (3) 関係機関との調整・協議
- 協賛事業の計画策定に向け、実施団体が行う調整・協議を支援する。

8 行催事実施計画（全国都市緑化祭は別途）

8-1 前提条件等の整理

- (1) 基本計画の内容、事業スケジュール等を把握し、行催事の区分を整理した上で関連する各事業との調整事項、検討項目を整理する。
- (2) 先催事例等の調査、資料を収集し、基本計画に基づく公式行事及びシンポジウム、各種催事資料等を整理する。
- (3) 公式行事が予定される施設を調査し、調整事項、検討項目を整理する
- (4) 京都丹波地域で開催されている各種イベント等を把握し、連携やタイアップ等の方策を検討・整理する。

8-2 業務内容

(1) 公式行事実施計画

以下に示す項目を検討し、実施計画・予算に反映させる。

- ア 公式行事の規模、日時、プログラム、参加者等の具体的な内容
- イ 京都丹波地域の多様な資源を活用、表現した公式行事の具体的な内容
- ウ 公式行事の準備、運営、体制等の具体的な内容
- エ 会場のイメージ、座席、動線、控室等の図面
- オ 公式行事の実施に必要な設備、備品等の具体的な内容
- カ 荒天時や災害発生時の対策
- キ 亀岡市・南丹市・京丹波町及び京都府との役割分担

(2) シンポジウム実施計画

以下に示す項目を検討し、実施計画・予算に反映させる。

- ア 京都丹波フェアの趣旨や京都丹波地域の環境保全、地域振興、観光振興におけるテーマ
- イ シンポジウム実施の具体的な内容（手法、講師・パネラー、時期、参加対象、人数、場所、プログラム等）
- ウ 実施内容に基づいた具体的な運営内容（事前調整、参加募集の方法、事前準備や運営準備、当日運営、役割等）及び準備物等

(3) 催事実施計画

以下に示す項目を検討し、実施計画に反映させる。

- ア 主催者催事及びタイアップ催事の区分ごとの具体的な内容と亀岡市・南丹市・京丹波町及び京都府との役割分担
- イ 京都丹波地域の多様な資源を活用、表現した催事の具体的な内容
- ウ 実施団体が主体となり実施する主催者催事の具体的な内容
- エ 催事タイアップの具体的な手法
- オ フェア拠点等での開催期間中の催事スケジュール

(4) 全体プログラムの作成

準備期間から閉幕までで実施する公式行事及び各催事の実施日時等を示した全体プログラムを作成する。

(5) 推進スケジュール及び体制

行催事実施計画に係る事業における各年度の実施体制を検討設定する。

(6) 事業費の算出

行催事実施計画に係る事業における必要な事業費を年度別、細目別に算出し、整理する。

(7) 関係機関との調整・協議

行催事・シンポジウム事業の各計画策定に向け、施設管理者や指定管理者など関係機関と実施団体が行う調整・協議を支援する。

9 見積上限額・配分

本業務の見積上限額は、54,437,900円とする。各項目の金額の上限に関しては、「見積金額内訳書（第6号様式）」に記載の上限金額のとおりとし、以下を順守の上、企画提案書提出時に見積書とともに提出すること。

- (1) いずれの項目も内訳の上限金額の範囲内でそれぞれ適当な配分で見積もること。
- (2) 「見積金額内訳書（第6号様式）」に金額及び配分割合（%表示）を記載すること。
- (3) 広報宣伝実施業務の合計金額の内訳は、制作費が媒体費を上回らないこ

と（広報宣伝実施業務費の50%以上を媒体費が占めること）。

10 打ち合わせ

- (1) 実施団体との定例打ち合わせ（月1回程度：オンライン対応も可能とする）を実施し、打ち合わせ資料、打ち合わせ記録を作成すること。
- (2) 実施団体が必要と判断した場合、定例打ち合わせ以外にも適宜、打ち合わせ・電話・メール等による対応を行うこと。
- (3) 円滑な業務遂行のため、オンライン会議やその他連絡調整等に必要な機材を用意すること。その他の事項については、実施団体と協議し決定する。

11 業務成果

- (1) 業務成果報告書
- (2) 実施計画書（A4版：製本）
- (3) その他本業務委託の制作物、打ち合わせ資料、収集資料及び関係資料一式
- (4) 上記電子データ
- (5) 公式記録用に取りまとめたデータ 一式

12 秘密の厳守

業務上知り得た情報及び資料は、秘密事項として厳守しなければならない。特に、個人情報の保護に関し、次の事項を厳守しなければならない。

- (1) 本業務の内容を目的外に使用し、または第三者へ提供してはならない。
- (2) 実施団体から貸与する個人情報及び機密に関する情報については、紙媒体、電子媒体を問わず、管理者の責任において厳重に管理すること。
また、これらの情報については、接触する者を最小限に限定するとともに、接触する場合にも必要最小限の対象者分に係る必要最小限の情報のみを処理すること。
- (3) 受注者は、本業務の実施に当たり知り得た個人情報及び機密に関する情報を、受注者の担当外部部門及び連結子会社等のグループを含むあらゆる第三者に漏らしてはならない。これは、業務遂行後も同様とする。また、業務遂行に当たり実施団体が提供する資料・データに関する取り扱いも同様とし、業務完了の際に納品物とともに返却すること。
- (4) 本業務のかかる一切のデータを、実施団体が指定した目的以外に複製又は複製してはならない。
- (5) 本業務の処理に関し、事故が生じた場合は、直ちに実施団体に対して口頭又は電話により通知するとともに、遅延なくその状況を、書面をもって実施団体に報告しなければならない。

- (6) 受注者は、この契約を履行する受注者の社員、その他の者に前項の義務を順守させるために必要な措置を講じること。

1.3 その他

- (1) 企画提案書の提出は、1入札者につき1企画案に限ることとする。
- (2) 本業務における各実施計画の策定に向け、京都府、市町、施設・サービス管理者や指定管理者など関係機関・団体と実施団体が行う調整・協議を支援する。
- (3) 成果品の著作権は実施団体及び構成団体に属し、受注者は実施団体の承諾なしに使用及び公表できない。
- (4) 当該実施計画策定業務を計画的かつ効率的に進めるため、令和7年度に実施団体が実施予定の「全国都市緑化フェア in 京都丹波フェア拠点等会場実施計画策定及び屋外出展調整実施委託」の受注者とは、相互に情報共有を密にして連携を図ること。ほか、実施団体、関係者及び関係機関等とも十分に調整の上、業務に取り組むこと。
- (5) 事業の目的を迅速に達成し、かつ事業を効果的なものとするために必要な人材を確保し、適切な運営体制とすること。
- (6) 受注者は適宜、実施団体から業務の進捗状況を把握するために資料等を要求された場合には、速やかに提出するとともに、協議、説明、承認を要する業務については都度、確認を取りながら業務を進めるものとする。
- (7) 本業務の実施に当たり、作業に重大な影響のない軽微な変更は、実施団体の指示により行うものとし、この場合における契約金額は、変更しないものとする。
- (8) 本業務の実施に必要な各種法令や条例に基づいた各許認可の手続については、原則として受注者が代行して行うこと。また、各許認可手続きに必要なとなる手数料等の経費については、契約金額に含むものとする。
- (9) 受注者は、各種施行物や掲示物における万一の事故等に備え、保険等の加入についても実施団体と協議の上、検討及び実施するものとする。なお、保険料は受注者の負担とする。
- (10) 本業務の履行のための受注者の人件費、旅費、通信費、印刷製本費及び契約費用の一切の経費は本業務の委託費に含まれるものとする。
- (11) 本業務の実施に当たり、受注者はあらかじめ実施団体の承認を得た場合に限り、第三者に対し実施業務の一部を委任又は請け負わせることができるものとする。
- (12) 契約後、本仕様の内容を変更する必要がある場合は、実施団体、受注者双方協議の上、決定するものとする。

- (13) 実施団体は、受注者が本仕様書に定める内容に違反した場合は、委託金を支払わず、また、既に支払った委託金の全部又は一部を返還させることができるものとする。
- (14) 受注者は、契約満了又は契約の解除に伴い当該契約の業務内容について引き継ぎが必要となる場合は、次の受注者が円滑に業務を開始できるように十分な引き継ぎを行わなければならない。そのために要する費用について実施団体は負担しない。
- (15) 再委託について
本業務における総合的企画、総合的業務遂行管理を第三者に委任または請け負わせてはならない。
- (16) 貸与品等について
 - ア 資料等については、必要に応じて貸与する。返還の指示があった場合および業務完了時には、直ちに返却すること。
 - イ 貸与した資料は、紛失・破損などしないように取り扱うこと。万一、紛失・破損した場合は、弁償を求めることがある。
- (17) 電子納品について
 - ア 本業務は、電子納品対象業務とする。電子納品とは、設計・工事などの各段階の最終成果を電子データで納品することをいう。ここでいう電子データとは、国土交通省の定めた電子納品要領及び関連基準（以下「要領・基準類」という。）に示されたファイルフォーマットに基づいて作成されたものを指す。
 - イ 電子納品成果品の作成は、要領・基準類等に基づいて作成することとする。
 - ウ 電子納品成果品の提出は、上記に基づいて作成した電子データを電子媒体（CD-R 又は DVD-R）で6部提出する。なお、電子納品対象外の書類は、紙媒体により2部とする。
 - エ 成果品の提出の際には、電子納品チェックシステムによるチェックを行い、エラーがないことを確認した後、ウィルス対策を実施した上で提出すること。
- (18) 「第43回全国都市緑化フェア in 京都丹波実行委員会」設立後は、本業務の実施団体は、「第43回全国都市緑化フェア in 京都丹波実行委員会」へ移行する。移行の後には、「全国都市緑化フェア in 京都丹波推進協議会」とあるのは「第43回全国都市緑化フェア in 京都丹波実行委員会」と読み替えるものとする。