

# 令和8年4月5日執行予定の京都府知事選挙等に係る 臨時啓発委託業務仕様書

## 1 委託業務名

令和8年4月5日執行予定の京都府知事選挙等に係る臨時啓発委託業務

## 2 趣旨

令和8年4月5日執行予定の京都府知事選挙（京都府議会議員補欠選挙等が同時に執行される場合はそれを含む。以下「京都府知事選挙等」という。）の投票率を高めるため、広告関連業者から提出された臨時啓発プランの中から最も優秀なプランを選定して、当該プランを臨時啓発事業とする。

## 3 臨時啓発事業の基本理念

### 【臨時啓発事業の基本理念（コンセプト）】

- ◎ 選挙名・投票日・投票方法等の府内全域での幅広い年齢層への周知
- ◎ 若年層（10代～20代）・ファミリー層の投票率向上

臨時啓発事業は、この基本理念に重点を置き、若年層やファミリー層が政治や選挙への関心を高め、「自分の一票が京都府の未来を創る」という意識を持ち、投票意欲を高めることを目的とするものであり、この目的を達成しうるプランを提案すること。

具体的には、次のようなプランとすること。

- 選挙期日、投票の方法、投票の意義その他必要な事項がすべての世代の有権者にわかりやすく示され、かつ、多くの場面で人目に触れること。
- 若年層やファミリー層の目に触れやすく、有権者が選挙を身近に感じ、共感を得て、友人等の間の波及性があること。
- 未来の京都府を担う子どもたちのためにも、重要な投票であることを親しみやすく訴えること。
- ニュース等の各種メディアに取り上げられる話題性があること。
- 期日前投票の積極的な活用等の啓発を盛り込むこと。
- 音楽や映像などの各種ビジュアルを一体化して、統一性を図ること。
- 特定の政党や候補者を連想させないものであること。
- 業務内の各媒体を効果的に配分することにより、それぞれの媒体の啓発効果がより一層高まるように工夫すること。
- 主観に基づくものではなく、客観的なエビデンスに基づいた提案とすること。

## 4 臨時啓発事業の内容

(1) 事業予算額（消費税及び地方消費税を含む。）

55,000,000 円（令和7年度及び令和8年度の合計額）

※プランの作成に当たっては、予算額の範囲内で作成すること。

※啓発プラン作成に併せて見積書・業務実績書・業務実施体制表を提出すること。

また、見積書は、積上げ額・積算根拠等が分かるようにできるだけ詳細なものとすること。

## (2) 事業内容

### ＜共通事項＞

◎公平公正・中立でクリーンな選挙啓発を行うこと。啓発の内容や方法により、特定の候補者や政党等が有利（もしくは不利）にならないよう、十分配慮すること。

・放送内容や作成物の記載内容等は必ず原案の段階で京都府選挙管理委員会による校正（内容確認）を経ることとし、すべて残し版とすること。また、同委員会からの修正の申出に迅速かつ誠実に対応すること。

・令和7年度の京都府明るい選挙啓発標語の入賞作品の採用可否を検討の上、標語（キャッチフレーズ）は作品のイメージにあったものを考えること（オリジナル作品可）。

・選挙のイメージアップを図ること。（選挙に親近感を覚えるようなもの）

・政党及び候補者等のイメージカラーが単色で目立つようなものは避けること。

・モデルに人物を使用する場合は、政党・宗教・政治などに関連のないものであること。また、著名人等は使用しないこと。

・新聞広告や雑誌広告の掲載箇所、ポスターの掲出場所などについて、政党等の広告と隣接しないよう注意すること。また、各放送等についても同様に、政党の実施する政策放送のタイミングと重ならないようにすること。

・著作権については京都府選挙管理委員会に帰属するものとする。

※ 成果物についてはその他のメディアにおいて、今後、京都府選挙管理委員会が使用することがある。

・選挙名、選挙期日、期日前投票の周知に力を入れること。

「京都府知事選挙 令和8年4月5日（日）」

「期 日 前 投 票 令和8年3月20日（金）～4月4日（土）」

＜必須の実施項目＞ 下記のア～キについては、必ず実施するものとする。

ア. インターネット（SNS も含む）を用いた啓発の企画提案・実施

1	内容	<p>①動画広告</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・動画素材（6秒・15秒）を企画・作成すること。</li><li>・活用する媒体（YouTube、X、Instagram、LINE、TVer等）や手法等について、若年層間で波及される影響等もイメージして提案すること。</li><li>・配信地域又は対象は、「京都府域」と限定する等効果的な配信を図ること。</li><li>・想定表示回数、想定クリック数等を示した配信計画を提案すること。提案にあたっては、各年代で波及される影響等の考え方も示すこと。</li></ul> <p>②バナー広告</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・デザインは、ポスターと共通のイメージとすること。</li><li>・活用する媒体（Google、Yahoo、LINE、その他公式アプリ等）や手法等について、あらゆる世代で波及される影響等もイメージして提案すること。</li><li>・PC、スマートフォンからアクセス可能な媒体による掲出を行うこと。</li><li>・想定表示回数、想定クリック数等を示した掲出計画を提案すること。</li></ul>
2	実施期間	・選挙告示日翌日（3/20）午前8時30分～投票日午後6時
3	採用後の納品	<p>①動画広告</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・京都府選挙管理委員会の保存用として、DVD2枚・CD-R2枚を納品すること。（データ形式は別途相談）</li></ul> <p>②バナー広告</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・各データを保存したCD-R2枚を納品すること。（データ形式は別途相談）</li></ul>

## イ. テレビスポット CM の制作及び放送

1	時間	15秒スポット
2	内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>・京都府民に広く深く訴求する内容とすること。<u>特にファミリー層に重きを置きつつ、全ての年代に訴えかけるために、最適な事業者、時間帯や回数を提案すること。</u></li> <li>・「ア. インターネット（SNS も含む）を用いた啓発の企画提案・実施」の動画広告で作成した動画素材（15 秒）を使用することも可能。</li> </ul>
3	実施期間	<ul style="list-style-type: none"> <li>・選挙告示日翌日（3/20）午前8時30分～投票日午後6時</li> <li>※ 放送枠、放送回数等については、提案時点でどの程度の放送枠が確保できるか見込みを示すこと。</li> </ul>
4	採用後の納品	<ul style="list-style-type: none"> <li>・納期及び納品方法は各テレビ局の搬入基準に従うこと。</li> <li>・京都府選挙管理委員会の保存用として、DVD2枚・CD-R2枚を納品すること。（データ形式は別途相談）</li> </ul>

## ウ. 新聞広告の原稿作成・掲載

1	内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>・京都府民に広く深く訴求する内容とすること。<u>特に購買層や店頭での陳列状況、閲覧行為等の特徴を捉え、最適な事業者、時間帯や回数を提案すること。</u></li> <li>・掲載時期に応じ、最適な内容とすること。</li> <li>【例】① 投票呼びかけ・期日前投票周知用（3/20～4/4） ② 投票日用（4/5）</li> </ul>
2	実施期間	<ul style="list-style-type: none"> <li>・選挙告示日翌日（3/20）午前8時30分～投票日午後6時</li> <li>※ <u>投票日当日（4/5）の掲載は必須</u>とする。</li> <li>※ 掲載日、掲載回数等については、提案時点でどの程度の掲載枠が確保できるか見込みを示すこと。</li> </ul>
3	留意点	<ul style="list-style-type: none"> <li>・テレビCMやネット動画広告などで制作したシーンのカットを用いることも可能。</li> </ul>
4	採用後の納品	<ul style="list-style-type: none"> <li>・納期及び納品方法は掲載する事業者の基準に従うこと。</li> <li>・京都府選挙管理委員会の保存用として、掲載した広告の原稿データ及び紙面を納品すること。（データの納品方法は別途相談）</li> </ul>

## エ. ラジオスポット CM の制作及び放送

1	時間	20秒～30秒
2	内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>・京都府民に広く深く訴求する内容とすること。<u>特に聴取層などの特徴を捉え、最適な事業者、時間帯や回数を提案すること。</u></li> <li>・放送時期に応じ、最適な内容とすること。</li> <li>【例】① 投票呼びかけ・期日前投票周知用（3/20～4/4） ② 投票日用（4/5）※②は午後7時まで</li> </ul>
3	実施期間	<ul style="list-style-type: none"> <li>・選挙告示日翌日（3/20）午前8時30分～投票日午後6時</li> <li>※ 提案時点でどの程度の放送枠が確保できるか見込みを示すこと。</li> </ul>
4	採用後の納品	<ul style="list-style-type: none"> <li>・納期及び納品方法は各ラジオ局の搬入基準に従うこと。</li> <li>・京都府選挙管理委員会の保存用として、CD-R2枚を納品すること。（データ形式は別途相談）</li> </ul>

オ. 交通広告の企画提案及び掲載

1	内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>・京都府民に広く深く訴求する内容とすること。掲載方法によって地域差が出ないように配慮しつつ、訴求性の観点から最適な事業者、時間帯や回数を提案すること。</li> <li>・メディアミックス効果を考慮した内容とすること。（テレビ CM やネット動画広告で制作したシーンのカットやその他の委託業務のデザイン、イメージ等との統一性を保つこと。）</li> <li>・提案時点でどの程度の日数で実施できるか見込みを示すこと。</li> </ul>
2	種類	<ul style="list-style-type: none"> <li>・車両内や車内、駅構内のみでも構わないが、鉄道事業者が管理する駅周辺設備やバス停留所等を活用した啓発も含め、効果的な啓発の提案を行うこと。</li> </ul> <p>【例】</p> <p>①駅等施設貼広告、②車内吊広告、③自動改札口広告、④車内放送、⑤大型ビジョン・デジタルサイネージ広告、⑥シテースケープ広告等</p>
3	採用後の納品	<ul style="list-style-type: none"> <li>・納期及び納品方法は各社の基準に従うこと。</li> <li>・京都府選挙管理委員会の保存用として、印刷物等である場合はメディア媒体毎に成果物を各2ずつ納品し、また、データ等については CD-R2 枚を納品すること。（データ形式は別途相談）</li> </ul>

カ. ポスター・チラシの企画、作成及び配送

1	仕様	<table><tr><th>種類</th><th>規格</th><th>紙質</th><th>刷色</th><th>数量（枚）</th></tr><tr><td rowspan="2">ポスター</td><td>B2 縦</td><td rowspan="2">コート紙 135kg （再生紙）</td><td rowspan="2">フルカラー 片面刷り</td><td>5,300</td></tr><tr><td>B3 縦</td><td>5,300</td></tr><tr><td>チラシ</td><td>A4 縦</td><td>コート紙 110kg （再生紙）</td><td>フルカラー 両面刷り</td><td>45,000</td></tr></table>	種類	規格	紙質	刷色	数量（枚）	ポスター	B2 縦	コート紙 135kg （再生紙）	フルカラー 片面刷り	5,300	B3 縦	5,300	チラシ	A4 縦	コート紙 110kg （再生紙）	フルカラー 両面刷り	45,000
種類	規格	紙質	刷色	数量（枚）															
ポスター	B2 縦	コート紙 135kg （再生紙）	フルカラー 片面刷り	5,300															
	B3 縦			5,300															
チラシ	A4 縦	コート紙 110kg （再生紙）	フルカラー 両面刷り	45,000															
2	留意点	<ul style="list-style-type: none"><li>・掲載内容については、テレビ CM で制作したシーンのカットやその他の委託業務のデザイン、イメージ等との統一性を保つこと。</li><li>・チラシ裏面については不在者投票・期日前投票に関する周知を主とした内容とすること。</li><li>・京都府選挙管理委員会が別途指定する府内関係機関への配送まで一括して実施すること。</li></ul>																	
3	採用後の納品	<ul style="list-style-type: none"><li>・納期 令和8年3月上旬（別途調整）</li><li>・納品方法 京都府選挙管理委員会の指定する府内関係機関へ直接納入</li><li>・京都府選挙管理委員会の保存用として、各データを保存した CD-R2 枚を納品すること。（データ形式は別途相談）</li></ul>																	

キ. 啓発効果の分析・報告

1	内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>・選挙後にインターネット等を利用したアンケート調査を実施し、結果の分析及び報告書を作成すること。</li> <li>・アンケートは被験者 1,000 人以上とすること。</li> </ul>
2	留意事項	<ul style="list-style-type: none"> <li>・年齢構成や期日前投票の投票率など、ターゲット層を細分化して分析評価することを前提に、検証方法の案を予め提示した上で実施すること。</li> </ul>

〈自由提案項目〉

1	内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>・必須項目のほか、上限額の範囲内で投票参加に繋がる効果的な啓発事業を企画・実施すること。</li> <li>・特に、若年層・ファミリー層の投票率向上につながるものであること。</li> <li>・以下に実施例を示しているが、実施例にこだわらず、より啓発効果が高い企画を提案すること。</li> </ul> <p>（実施例）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・集客が見込める場所での啓発イベント・キャンペーン</li> <li>・SNS利用者による拡散を狙いとした啓発</li> </ul>
2	留意事項	<ul style="list-style-type: none"> <li>・金員、飲食物等の提供を行うものでないこと。</li> <li>・具体的な実施内容を明記した企画書を提案すること。</li> <li>・特定の地域に偏ることなく、府内全域に効果が及ぶよう実施方法や対象範囲に配慮すること。</li> </ul>