

# 仕様書

## 1 事業名称

大阪ヘルスケアパビリオン広報プロモーション等事業業務委託

## 2 事業目的

公益社団法人2025年日本国際博覧会大阪パビリオン(以下「発注者」という)は、2025年日本国際博覧会(以下「万博」という)において、「REBORN」をテーマに、オール大阪の知恵とアイデアを結集した展示を展開し、訪れた多くの人々に「いのち」や「健康」、近未来の暮らしを感じていただき、「大阪」という都市の活力・魅力を伝えることを目指している。

そのためには、国内外の多くの人々に、パビリオンに対し興味関心を持ってもらい、開幕期間中の来館につなげることが必要不可欠となる。

これまで、様々な機会をとらえ、公益社団法人2025年日本国際博覧会協会(以下「博覧会協会」という)や大阪府・大阪市万博推進局(以下「万博局」という)、パビリオンの協賛企業などとともに、広報プロモーション活動を進めてきた。

万博開幕まで1年あまりとなった今、開幕を見据え具体的なイメージを提供しながら、魅力を発信することが可能となりつつあることから、今後、これまで以上に広報プロモーションを加速させ、強く情報を発信したいと考えている。

そのためには、限られた時間で、資源を有効に活用し、協賛企業など関係者の協力を得つつ、効率的な広報プロモーションを行う必要がある。

そこで、大阪ヘルスケアパビリオン広報プロモーション等事業(以下「本業務」という)により、各種イベントでのプロモーションや各種媒体での広報、マスメディアを通じた情報発信など様々な広報プロモーション業務を一体的に展開し、効果的に認知度と来場意欲を高める取り組みを行うものである。

## 3 事業実施期間

契約締結日から2025年3月31日(月)

※契約期間終了後も協議等を行った上で、2025年度まで引き続き受注者との契約締結を予定している。

## 4 委託費の上限

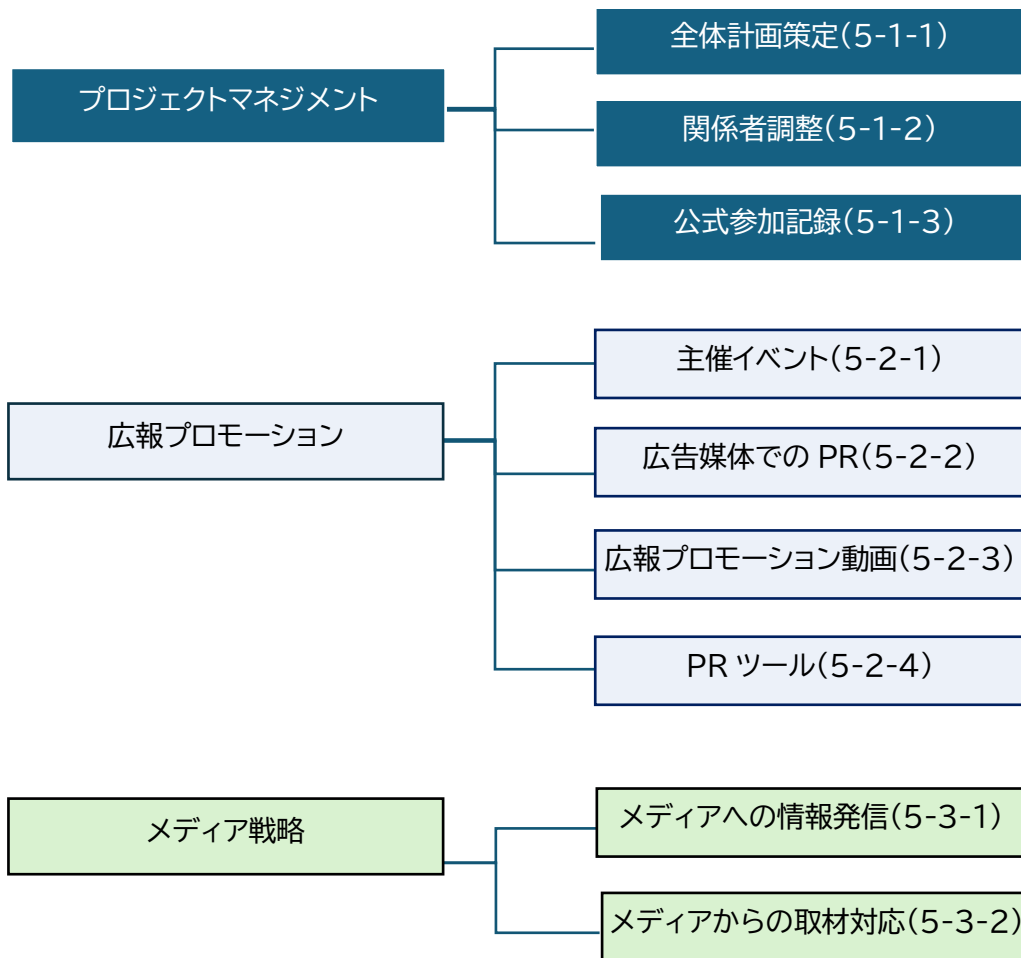
本業務にかかる委託費は93,000千円(消費税及び地方消費税を含む。以下同様)を上限とする。なお、2024年度から2025年度までの委託費の上限は総額※約金 223,000千円(予定)とする。※現時点における想定金額であり、今後の協賛の状況及び展示内容の精査により変動する可能性がある。

## 5 委託業務内容

### 5-1 主な委託業務

本業務では、全体計画のもと、適切にプロジェクトマネジメントを実施し、各種イベントでの PR や各種媒体での広報、マスメディアを通じた情報発信など下記 5-1-2 から 5-3-2 の様々な広報プロモーション業務を一体的に展開し、効果的に認知度と来場意欲を高める取り組みを行う。

#### 各業務内容 体系図



## 5-1-1 全体計画策定業務

### 全体事業計画の企画提案

本業務の実施にあたり、契約締結後、以下の①～④の各項目について素案を作成し、発注者と協議の上で速やかに決定すること。

なお、全体事業計画は、万博を取り巻く環境やパビリオンの準備状況、本業務の進捗等を踏まえ、発注者の指示に基づき、随時柔軟に見直しを行うこと。

- ① パビリオンの認知度及び来場意向度の向上のための事業目標の設定
- ② パビリオンのスケジュール等を踏まえた全体事業計画の策定
- ③ 各事業(5-1-2 から 5-3-2 に記載の事業)の実施内容・実施体制
- ④ 各事業(5-1-2 から 5-3-2 に記載の事業)において、②③の企画提案を実施した場合に想定されるプロモーション効果の広告費換算額

### 【主な業務内容・留意点】

全体事業計画は、パビリオンのコンセプト・外観・展示内容、実証・実装される最先端の技術、催事など、発注者等が発表する最新情報を活用し、人々がパビリオンへの期待感を抱き、来場意向度の向上につながるような広報プロモーション効果の高い内容とすること。

5-1-2 から 5-3-2 に記載の事業を相互に連携させ、戦略的に実施するため、5-1-2 から 5-3-2 の項目ごとに具体的な実施体制を示すこと。

万博局や協賛企業、関係機関等が実施する事業との連携についても計画に記載すること。連携手法等については、以下 5-1-2 の内容を踏まえること

万博局が実施する調査等について分析を行い、その結果に基づきパビリオン広報プロモーションの取り組みに向けた課題の整理や改善方策等の企画を提案するとともに、提案内容の随時見直しを行うこと。

※参考

『令和5年度大阪・関西万博機運醸成事業 KPI 把握のための調査・分析』

<https://www.pref.osaka.lg.jp/attach/43352/00000000/qa2023-2.cleaned.pdf>

## 5-1-2 関係者調整業務

### (1) 万博局が実施する機運醸成事業等との連携

万博局が実施する機運醸成事業等と連携して、効果的な広報プロモーションを一体的に行うこと。

## **(2) 協賛企業や協力機関等との連携**

協賛企業や協力機関の広報担当者等の関係者を集めた検討会議を開催・運営(月 1 回以上の開催を想定)し、発注者と協議のうえで、その議論の内容を可能な限り、その後の広報プロモーションに反映すること。

そのうえで、協賛企業や協力機関等の協力のもと、それぞれのノウハウやリソースを活用した広報プロモーションを行うこと。

## **(3) 事業者との連携**

パビリオンの展示業務を担当する乃村工藝社・三菱 UFJ リサーチ&コンサルティング共同企業体等パビリオンに関係する事業者と随時、協議調整を行うこと。

### **5-1-3 公式参加記録作成業務**

パビリオンにおける様々な取り組みを記録し、レガシーとして次世代に引き継ぐための資料として、公式参加記録を制作し、配付すること。

#### **【主な業務内容・留意点】**

##### **(1) 公式参加記録に関する企画・資料収集・取材など**

公式参加記録に関する企画を行い、契約締結日以降、万博終了までの間の資料収集・取材を行うこと。  
なお、契約締結日以前の必要資料については、発注者が提供する。

##### **(2) 公式参加記録の校閲及び入稿用データの制作**

2025 年 10 月 31 日(金)までに公式参加記録の制作に必要な版面を作成し、原稿及び画像等とあわせて発注者に提供すること。

版面は Word データ、PNG・JPEG データ等により提供すること。

発注者の確認を経たのち、版面をもとに、文章の校閲や写真の配置を行うこと。また、ページ番号(ノンブル)、柱、ツメ、余白等、製本するうえで必要となる冊子レイアウトを整えたうえで、入稿用データとして PDF データへ変換すること。

文章の校閲や冊子レイアウトを整えるにあたり、事前に発注者と十分に打合せをすること。

上記 PDF データを制作するにあたり、Web での閲覧性等を考慮して作業すること。

画像データをもとに、表紙、背表紙、裏表紙のデザインを2案以上制作すること

(配色替えは別案とは認めない)

制作するにあたり、発注者と十分に打合せをすること。

なお、デザイン校正は責了とせず、発注者が校了と判断するまで行う。

デザインにあたっては、大阪府「色覚障がいのある人に配慮した色使いのガイドライン」(平成 23 年 9 月 30 日作成)を活用すること。<https://www.pref.osaka.lg.jp/koho/shikikaku/>

### (3) 公式参加記録の印刷・製本

制作した入稿用データにより、発注者の指示に基づき、次の仕様のとおり冊子を製本すること。

(仕様)

- ・ サイズ:A4判
- ・ ページ数:400 ページ
- ・ 印刷方法:オフセット印刷、4 色刷り
- ・ 用紙:表紙 再生紙コート紙、本文・中表紙 再生紙マットコート紙
- ・ 綴じ方:無線綴じ、左綴じ
- ・ 製本:上製本(ハードカバー)
- ・ 冊数:2,000 冊程度
- ・ 用紙や製本、冊数等に関する具体的な仕様は、発注者と協議のうえ決定すること。

### (4) DVD-R の制作、公式参加記録への添付

(2)で制作した公式参加記録の入稿内容(PDF データ)や動画データ等を収録した DVD-R を 2,000 枚制作すること。

制作した DVD-R は、(3)で製本した公式参加記録の裏表紙裏に添付するなど、納品時に汚損または破損することのないようにすること。また、DVD-R の概要をまとめた次第を公式参加記録の裏表紙裏に記載すること。なお、次第の内容に関して発注者と十分に打合せをすること。

### (5) 公式参加記録の梱包・発送・納品

受注者において、(2)で制作した公式参加記録(以下、「梱包・発送品」という。)の梱包・発送を行うための作業場所を確保し、発送業務を完了するまでの間、当該作業場所において、梱包・発送品を保管し、梱包・発送業務に備えること。

当該作業場所において、発注者が別途提供する「梱包・発送先一覧」を基に、梱包・発送品の梱包及び発送作業を行うこと。また、「梱包・発送先一覧」における発送先及び発送元(発注者)を明記すること。

発送方法について、公式参加記録は宅配便またはメール便で発送するなど、発送費が安価となるよう発送業者を選定すること。なお、発送先は原則として日本国内とし、800カ所程度を想定している。

梱包・発送品は慎重に取り扱い、滅失、破損、水濡れ、盗難その他事故がないよう適切な措置を講じること。

梱包用ダンボールや発送先ラベル等、その他業務実施に係る必要な物品及び経費は受注者の負担とする。

発注者が別途提供する添書を梱包・発送品へ添付すること。また、添付する際は郵便法第4条第3項但し書きに基づき、無封の添え状又は送り状とすること。

搬送車は、雨天等による水漏れや、搬送時の散逸を防ぐ措置が設けられていること。

道路状況を十分に確認し、事故のないよう安全確保に努めること。なお、万一事故や荷崩れ等により梱包・発送品等が散乱した場合は、直ちに散乱物を確保するとともに発注者に連絡しその指示に従うこと。また、速やかに顛末書を提出すること。

天災、その他やむを得ない場合を除き、搬送車の事故等により搬送業務に支障が出た場合は、直ちに発注者に連絡し、その指示に従うとともに、代車等による代替措置を講じて搬送すること。

天災、その他やむを得ない理由により搬送車の運行が不可能と見込まれる場合は、発注者に連絡し、その指示に従うこと。

本業務の実施にあたり、道路交通法をはじめ、関係ある全ての法令を遵守すること。

発送業務の完了後、梱包・発送品の発送先、在庫数及び破損数を発注者へ報告するとともに、梱包・発送品の残枚数その他発注者から提供した物品を発注者へ返却すること。

本業務の拠点となる事務所は、受注者が確保すること。

納期は、2026年3月31日(火)とする。

本業務の納品場所は以下のとおりとする。

《納品場所》

公益社団法人 2025 年日本国際博覧会大阪パビリオン

所在地: 〒559-0034 大阪市住之江区南港北 2-1-10ATC ビル O's 棟北館 4 階

電話:06-6115-6739 ファックス:06-6115-6719

受注者は、契約書及び仕様書に基づき、常に発注者と密接な連絡を取り、その指示に従うこと。また、本仕様書の定めのない内容であっても、業務目的に適うと考える方法がある場合は、積極的に提案すること。

本業務に係る全ての成果品の著作権(著作権法第 21 条から第 28 条に規定する権利を含む)は、発注者に帰属すること。また、成果品は以降、発注者が自由に各種媒体、印刷物に使用できること。なお、受注者は発注者または発注者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。

本業務に関する打合せ、取材等の経費その他この業務に付随する必要な経費は全て受注者の負担とすること。

受注者は、発注者から提供されたデータを第三者に知らせ、または、本業務以外の目的に使用してはならない。ただし、発注者の承認を得た場合はこの限りではない。

受注者は、本業務により取り扱う情報・資料等及び制作物の取扱いについて、漏えい、滅失、毀損及び改ざんの防止のため適正な管理をしなければならない。また、業務上やむを得ず複写、複製の必要があるときは最小限とし、使用後は廃棄しなければならない。

## 5—2—1 主催イベントの企画提案・運営・イベント広報プロモーション業務

2024年10月から「万博の来場日時予約」や「パビリオン観覧予約」が開始されることをふまえ、夏以降、発注者が主催するイベントを実施し、パビリオンの認知度や来場意欲を向上させるため取り組みを行う。日時、場所、概要等は任意とする。ただし、企画・提案するにあたっては、主なターゲット、企画理由及び開催効果を明示すること。

なお、各イベントの具体的なスケジュールや内容は発注者と協議のうえで決定するものとする。

### 【主な業務内容・留意点】

#### 主催イベントの具体例

##### 1. 情報発信イベント(広報周知イベント)

2024年7月初旬から8月末までの週末を含む期間に、「東京ソラマチ」などの首都圏ランドマークやターミナル駅、空港などで首都圏在住者、国内外の首都圏への来訪者を対象にした情報発信イベントを開催する。

##### 2. 情報発信イベント(展示コンテンツのメディア発表会)

2024年10月初旬から11月末までの期間に、大阪市内で全国のテレビや新聞、雑誌等のメディア関係者を対象に、展示コンテンツを中心とした情報発信イベントを開催する。

##### 3. プレオープンイベント(内覧会)

開幕直前となる2025年3月から開幕までの複数日に、関係者やメディア、一般府民などを対象にしたプレオープンイベント(内覧会)を開催する。

##### 4. 若年層向けイベント

バーチャル大阪パビリオンを活用したリアルとバーチャルを連携させた周知イベントなど、主に若年層を対象とした、大阪パビリオンの認知度や来場意欲を向上させるためのイベントを行う。

##### 5. 開催期間中イベント

万博開催期間中(2025年6月頃を念頭)、来場者の状況を見て、さらなる来場者確保を目的としたイベントを行う。(日時、場所、概要等は任意です。最も効果的な企画を提案すること)

### (1)主催イベントの企画運営

#### イベントの企画提案

大阪パビリオンの魅力や期待感を国内外に広く発信し、来場意欲の向上につながるイベント内容を企画・提案すること。

各イベントでは、幅広い世代から支持されている著名人やキャラクターを登用するなど、相当のメディア



露出を見込んだ訴求力やプロモーション効果の高い企画・演出とすること。

発注者がこれまでに行った情報発信イベントと異なった内容・装いであること。

特に 2023 年7月に実施した大阪パビリオン推進委員会委員総会と異なった内容・装いであることに注意すること。

企画・提案にあたり発注者から提案を行う場合がある。

この場合、発注者の提案について十分に協議のうえ柔軟に対応し、内容に反映すること。

各イベントの具体的なスケジュールや内容は発注者と協議のうえで決定するものとする。

※準備・撤去の作業期間は受注者で設定すること。

### **開催概要の作成**

各イベントについて、概要、プログラムのタイムスケジュール等の情報を掲載した開催概要を作成すること。

### **来場者・出演者のキャスティング、募集、決定及び連絡調整**

来場者の募集等を行う場合は、付随する各種手続き(問合せ対応、申込、受付、当落通知等)を適切に行うこと。また、大阪府知事もしくは大阪市長以外のキャスティング、募集事務及び調整事務は、受注者で手配し、その出演料は経費に含めること。

### **企画の運営及び管理**

イベント全体の問合せ対応のほか、事業目的を達成し、また本イベントを円滑かつ適切に実施すべく業務全体の企画の進捗管理、必要な機材・備品・物品等の調達、業務の運営を行うこと。

### **発注者との連絡調整**

発注者と緊密に連絡をとり、情報を共有しながら業務を推進すること。

### **運営に必要な制作物の作成等**

搬入出車両の証明など事業運営に必要な制作物の作成等を行うこと。

### **関係機関等(運営施設含む)との連絡調整**

駐車場、イベント当日に使用する会議室、控室等の確保等、運営・設営等に係る詳細についても発注者の指示のもと施設管理者等と調整にあたること。

### **各種許可申請等に係る業務**

使用許可等が必要な場合は、それらの申請資料の作成及び催物開催届など企画の実施に必要な資料を作成すること。

### **以下①～⑤に記載する実施マニュアル等必要資料の作成**

- ① ステージの進行に要する資料
- ② 製作、設営物に要する資料
- ③ イベント当日の会場記録写真資料
- ④ 搬入出、設営撤去マニュアル
- ⑤ その他、発注者が必要と認める資料

### **警備計画の作成、実施**

来場者の安全を最優先に、企画の運営に支障のない警備計画を作成し、その計画に基づき警備を実施すること。

## **(2) イベント広報プロモーション業務**

### **イベント広報プロモーションの実施**

イベントの情報発信を行うため、WEB サイトや SNS、広報に必要な広報媒体(ポスター、チラシ)等によりイベント広報プロモーションを行うこと。

ポスター・チラシ等の枚数、仕様等は発注者と協議・調整のうえ決定すること。

イベント広報プロモーションにあたって必要な写真、画像等を手配するとともに、万博ロゴマーク・公式キャラクター等のデザインを使用する際は、博覧会協会と調整を行うこと。

### **パブリシティ調整業務**

イベントが全国のテレビ、新聞、雑誌等のメディアに取り上げられるよう、事前に効果的な情報発信の計画を作成し、調整を行うこと。

### **当日のメディア対応**

発注者と調整のうえ、取材要領の作成及びイベント当日のメディア対応を行うこと。

## メディア提供用記録の作成

公式写真・映像を撮影し、イベント当日だけでなく終了後も速やかにメディア等に取り上げられるよう計画・調整するとともに、発注者が指定する方法で、写真・映像データを提供すること。

## (3) その他(会場設営及び搬入出に係る業務、救護業務等)

### 搬入出・設営計画の策定及び実施

設営撤去を安全かつ時間内に完了させるための方策を十分検討し、事故や時間内に完了できない場合等に備えたバックアップ体制についても検討すること。

事業開始・終了・搬入出時における来場者の安全な誘導方法について十分検討すること。

設営撤去にあたっては、発注者及び会場施設管理者と十分協議のうえ、養生等の必要な対策を講じるとともに、撤去後は会場の原状回復を図ること。

荒天などにより当日又は事前にイベントの中止を決定する必要がある場合、その判断基準、対策について検討すること。

### 関係機関協議等への同席

発注者の要請に応じ、関係機関との連絡調整または協議の場を設けること。

原則として、連絡調整または協議の場に同席すること。

### イベントの記録写真撮影等

デジタルカメラで記録写真(イベント実施中の様子、警備員の配置時、搬入出時の状況、資機材の配置及び撤去等含む)を撮影すること。撮影した写真は、紙媒体(カラー刷り。縮小版印刷も可。)と電子データ(DVD 等に保存のこと)で発注者へ提出すること。なお、各イベントの様子や全体像が分かるように録画や撮影を行い、記録物は、発注者が今後の取り組みに使用することが想定されるため、これらの用途に使用できるように、受注者の責任で権利関係の処理を行うこと。

### 救護業務

イベントの実施にあたっては、開催場所を所管する消防署等の指導に従い、急病人、負傷者等の救護体制を整え、万全を期すこと。体制等については会場の施設管理者等と十分調整するとともに、救護にあたった場合は、患者ごとに救護対応状況を記録した書面を提出すること。

### 会場内清掃

イベント後に実施する会場内清掃計画の作成及び実施。

## **保険の加入**

施設賠償責任保険、傷害総合保険、事業参加者傷害保険、施設入場者傷害保険等に加入すること。

## **その他付帯業務**

各種申請に必要な図面資料等の作成等

## **業務実施体制等**

受注者は、本業務について次のとおり取り組むこと。

- ・ 各イベントにおいて、責任者及び副責任者を置くとともに、業務に必要な人員を配置すること。
- ・ 本業務に関する実施体制を示す実施体制表を作成し、事前に発注者に報告すること。
- ・ スタッフの配置、連絡体制等を明確にしておくこと。

## 5-2-2 広報媒体による広報プロモーション

パビリオンのコンセプト・外観・展示内容、実証・実装される最先端の技術、催事などの最新情報、関連のイベント情報等について、ウェブサイトや SNS 広告等様々な広報媒体を活用し、継続的に国内外に分かりやすい形で発信すること。

### 【主な業務内容・留意点】

#### 広報媒体による広報プロモーション企画・提案

広報媒体を活用した効果的なパビリオン広報プロモーションを企画・提案すること。

提案にあたっては、以下に示す手段(SNS や WEB 広告)以外にも広報プロモーションを行う広報媒体を広く提案し、そのうえで、効果的に実施するためのタイミングや回数を提示すること。

広報媒体ごとに、幅広い世代から支持されている著名人やキャラクター、インフルエンサーを登用するなど、相当のメディア露出を見込んだ訴求力やプロモーション効果の高い企画・演出とすること。

#### 各種広報媒体でのパビリオン広報プロモーション展開

受注者が提案する各種広報媒体でのパビリオン広報プロモーションを実施すること。

また、受注者が提案するもののほか、以下の各種広報媒体でのパビリオン広報プロモーションを実施すること。

##### SNS 投稿

SNS アカウントを使用し、パビリオンへの来場意向度の向上につながる内容や、5-2-1で実施するイベントの予告等について、投稿を行うこと。

##### WEB 広告等でのパビリオン広報プロモーション

パビリオンのコンセプト・外観・展示内容、実証・実装される最先端の技術、催事などの最新情報等について、パビリオンへの来場意向度の向上につながる広告用のコンテンツ(動画など)を作成し、WEB 広告(SNS 含む)をはじめとする様々な広報ツールを用いて国内外へ広報プロモーションすること。

広告媒体等については、発注者と協議の上で決定するものとするが、契約期間内の インプレッション数としては、80,000,000imp 以上(X 及び Instagram 広告の場合)を見込むこと。

実施時期について、来場意向度の向上に最も効果的な時期や期間を提案し、発注者と協議のうえ実施すること。

コンテンツを使用する広告媒体等は、発注者が指定する場合があります。この場合、発注者が指定する広告媒体等に応じたコンテンツ作成について十分に協議のうえ対応すること。

### 5-2-3 広報プロモーション動画の作成

パビリオンのコンセプト・外観・展示内容、実証・実装される最先端の技術、催事など、具体的なイメージを提供しながら、魅力を発信するための広報プロモーション動画を企画・提案し、制作すること。本業務で制作する動画は、5-2-1のイベントなど様々な機会に放映するとともに、ホームページ上で配信する。

#### 【主な業務内容・留意点】

#### 広報プロモーション動画の企画・提案及び構成

企画提案内容をもとに発注者と協議を行い、内容を決定するとともに、決定した内容に基づき、動画の構成を作成すること。

#### 動画制作

企画構成に基づき、動画制作を行うこと。なお、次の①～④の内容は委託業務に含むものとする。

- ① 資料・素材の収集、関係者への取材
- ② 肖像権や著作権について必要な手続き
- ③ 協力者、撮影地への交渉・許可
- ④ 使用料、出演料、交通費、謝礼等制作に必要な費用の負担

#### 編集

制作した映像の加工・編集、音楽・音声・ナレーション・テロップの挿入などの編集作業を行い、動画の完成までに発注者による複数回の内容確認及び修正指示の機会を設けることとする。

#### 動画の要件・規格等

ロングバージョン(120 秒程度)、ショートバージョン(30 秒程度)の少なくとも動画2本を基本とし、発注者と協議の上決定すること。

ロングバージョンの動画は、「日本語ナレーション・日本語字幕付き」、「英語ナレーション・英語字幕付き」をそれぞれ制作すること。

ショートバージョンの動画は、国内外に向けて限られた時間で効果的に広報プロモーションを行うためのものであることを踏まえ、ナレーションの有無、字幕の有無及び、ナレーション及び字幕で使用する言語(日本語・英語)については受注者が発注者に対して提案したうえで、発注者と協議し、決定すること。

パビリオンのロゴを使用することとし、実写のほか、CG、アニメーション、空撮などを効果的に使用して、パビリオンの魅力が視覚的に伝わる内容とすること。

画面アスペクト比は 16:9 とし、制作する映像素材の解像度は4Kを目安として制作し、成果品は4K 動画と、簡易再生用のフル HD 動画(内容は 4K と同じ)のそれぞれ 2 パターンを用意すること。

活用シーンによっては音声を出力できないことがあるので、音声なしでも内容が伝わるようにすること。

### 想定される活用シーン

動画は、発注者が持つ媒体(パビリオンHP:<https://2025osaka-pavilion.jp/>)での配信のほか、各種イベントにおける放映、協賛企業や自治体等への広報プロモーション資料としての提供など、様々な場面で活用することを想定している。

### 留意点

成果品に使用されるすべてのものは、必ず著作権等の了解を得て使用すること。

成果品に使用する映像(写真を含む)の被写体が人物の場合、肖像権の侵害が生じないようにすること。

成果品が第三者の著作権等を侵害したことにより当該第三者から制作物の使用の差し止め又は損害賠償を求められた場合、受注者は発注者に生じた損害を賠償しなければならない。

発注者のHP掲載情報等、公開している情報を素材として使用する場合は、予め発注者の承諾を得ること。

現行の広報プロモーション動画の流用は原則認めないものとする。

業務の実施にあたっては、事前に発注者と十分協議して作業を進めるものとし、その最終決定に際しては、発注者と協議のうえ、企画提案内容から修正できるものとする。

### 作業項目

動画を制作するにあたり、実施する作業項目について、概ね以下の①～⑤のとおりとする。

① 納品までの業務内容ごとの作業スケジュール及び工程表を作成すること

受注者は発注者に対して、各作業内容について、定期的に報告または打ち合わせを行い、資料の修正・追加等を行いながら内容に問題が無い確認のうえ、納期までに動画を完成させる。

② 動画編集

疑問点等があれば発注者に確認のうえ更新作業を実施すること。

③ 仮完成版の試写および試写後の追加・修正(複数回実施)



納品の前に仮完成版の試写を行い、試写により変更が生じた場合は、追加・修正を行うこと。(手直しも含め複数回実施。)試写を行う際の再生機器は、受注者にて準備すること。

- ④ Web 用動画への変換(アップロードは発注者が実施する)
- ⑤ 成果品の納品

業務遂行にあたって必要となる経費については、すべて本業務委託の委託料に含めること。

## 成果品及び提出部数

### 成果品1

報告書(紙媒体2部、電子データ)

業務内容を作業項目ごとに報告書にとりまとめ、作成すること。

なお、成果品1には、作業項目ごとの作業スケジュール・実績を記載すること。

### 成果品2

制作した広報プロモーション動画の日本語音声版、英語音声版、白素材(BGM、音声、テロップが入っていない同内容の動画で、素材音声のみ残す)(以下、これら3点をまとめて「各動画」という。)のMP4形式の電子データ

ホームページや YouTube 等での Web 配信や PC でのプレゼンテーションで利用可能な形式とする。

アップロード用動画ファイルの解像度は原則として「4K」(3,840dpi×2,160 dpi)とする。またあわせて、簡易再生用の動画ファイル(内容は 4K 動画と同じ。フル HD、1,920dpi×1,080dpi)も納品する。

ファイル形式は MP4 形式(拡張子は「.MP4」とし、アスペクト比は 16:9、ビットレートは「4K」は 30Mbps 以上、フル HD は 12Mbps 程度とする。

詳細は受注者より提示し、発注者と協議のうえ決定する。

### 成果品3

各動画の変換前(非圧縮もしくは可逆圧縮)電子データ及び各素材の電子データ

- ・変換前データの形式は受注者が選択するものとする。
- ・制作した動画の変換前(非圧縮もしくは可逆圧縮)データを発注者に納品すること。

なお、成果品にまとめる際には、以下の要領で行うこと。

成果品の電子データは、USB メモリーや DVD-ROM 等データ容量に応じた最適なデータ格納媒体を選択し、正・副(バックアップ)を納品すること。

提出する成果品の電子データは、コンピュータウイルスによるデータの紛失や改ざん及び外部へのコンピュータウイルスの拡散を防止するため、ウイルスチェックを行い、電子媒体の表面には、「使用したウイルス対策ソフト名」、「ウイルス(パターンファイル)定義年月日またはパターンファイル名」及び「チェック年月日(西暦表示)」を明記すること。

成果品の帰属についてはすべて発注者の所有とする。

納期は 2024 年 9 月 20 日(金)とする。

本業務の納品場所は以下のとおりとする。

《納品場所》

公益社団法人 2025 年日本国際博覧会大阪パビリオン

所在地: 〒559-0034 大阪市住之江区南港北 2-1-10ATC ビル O's 棟北館 4 階

電話:06-6115-6739 ファックス:06-6115-6719

成果品が納入場所に到着した後、仕様及び内容の確認をもって検収とする。

成果品引渡し後、1 年以内に受注者の過失による誤りが発見された場合には、受注者は無償で追加・修正を行うこと。

## 5-2-4 PR ツールの作成

### 【主な業務内容・留意点】

#### PR ツールの企画・作成

発注者行う5-2-1の業務等や協賛企業が実施する各社のイベント、自治体等がイベントで使用するPR ツール(PR グッズ・PR 装飾品等・チラシ・フリーペーパー等)について、受注者の提案及び発注者の指示により、企画・デザイン・制作・作成すること。

なお、ロゴマーク・公式キャラクター等のデザインの使用については、博覧会協会と調整を行うこと。

PR ツールの企画、デザイン制作にあたっては、パビリオンのコンセプト・外観・展示内容、実証・実装される最先端の技術、催事など最新情報を活用し、パビリオンへの期待感を高め、来場意向度を向上させるデザインや内容とすること。

PR ツールは、5-2-1に記載するイベントや万博局等が実施する万博 PR 活動において配布することを想定して、十分な種類や数量を発注者と随時協議のうえ、企画・作成すること。

様々な場面で活用できるよう、単価 50 円 ~300 円程度のを複数種類、総量として少なくとも5万個以上作成することを想定している。ただし、単価や総量は目安としての提示であるため、作成にあたっては発注者と十分に協議のうえ決定すること。また、発注者の指示により、種類や数量を追加する場合があるため柔軟に対応すること。

PR ツールの作成にあたっては、各品目の仕様及び数量について、経済的かつ合理的なものとするとともに、仕様確定後に、複数社からの見積比較により単価を設定し、発注者と協議のうえで確定すること。

5-2-1に記載するイベントでパビリオン広報プロモーションを効果的に実施するための PR ツール(例:PR 装飾品、展示パネル、被服等)を発注者と協議のうえ企画・作成すること。

なお、作成にあたっては、環境配慮の観点から、事業終了後のリユース方法や、リサイクル可能素材を使用すること等も考慮すること。

広報物(ポスター5万枚・チラシ 20 万枚・フリーペーパー10 万枚等)を作成することを想定している。総量は、目安としての提示するものであるが、図柄等のデザインは複数種類の作成を行うとともに、配布時期等に応じて内容更新を行うなど、発注者と協議しながら効果的な広報物の作成に努めること。

### 5-3-1 メディアへの情報発信業務

首都圏や海外のメディアを活用した情報発信に取り組み、パビリオンの様々な魅力を国内外に発信し、認知度及び来場意向度の向上を図る。そのため、この取り組みにおける成果を最大限のものとするため、広報分野の高い専門知識や実践経験を有する事業者による支援を求める。

#### 【主な業務内容・留意点】

##### (1) メディアリレーション

パビリオンの情報について、首都圏を中心とする多様なメディアに提供し、国内外のニュースとして、新聞や雑誌、テレビ番組などで情報が取り上げられるよう関係構築、調整等を行うこと。

#### 《対象》

放送主要キー局、全国紙・通信社本社、外国通信社日本支社、業界紙・一般情報誌本社(発行部数概ね100,000部以上)、ウェブ発信業者

##### (2) プレスリリース等の作成・配信・取材依頼等の働き掛け

###### プレスリリースの作成

発注者が提供する広報資料等をもとに、発注者と協議のうえ、メディア向けプレスリリースを作成(必要に応じて翻訳を含む)すること。

###### プレスリリース等の配信

事前に配信先リストを作成し、発注者と協議のうえ、作成したプレスリリースの配信を行うこと。

###### 発注者が実施するイベント等への取材依頼等の働き掛け

国内外向けのニュースとしてメディアに取り上げられるよう、電話や訪問などによりメディアに直接働き掛けを行うこと。メディアへの訪問については、発注者職員を同行させる場合がある。

#### 報告

##### 活動報告書の提出(毎月)

本業務による活動実績について、案件ごとに、取材依頼等の働き掛けを行ったメディア、メディアの反応等を、毎月データにより発注者に報告すること。

##### 実績報告書の提出(毎月)

本業務による掲載等の実績について、掲載件数、掲載日、掲載先、広報効果額等を毎月データにより発注者に報告すること。

### **掲載された記事・映像等の収集(随時)**

パビリオンの内容が掲載された記事・映像等をクリッピングし、随時、データにより発注者に提出すること。

### **(3) メディアとのタイアップ企画の実施**

パビリオンのコンセプトやテーマ等に適したメディア(テレビ・雑誌・WEB)において、タイアップ企画を複数回実施すること。タイアップするメディアやコンテンツについては、発注者と協議のうえ決定すること。

### **5-3-2 メディアからの取材依頼・要望・問い合わせ対応**

国内外のメディア等からの取材依頼や要望、問い合わせに対応するため、専用の窓口を設置し、業務に必要な人員を配置すること。なお万博会期中は、左記人員とは別にパビリオン内に現場での取材対応に従事する人員を配置すること。

メディア等からの取材依頼や要望、問い合わせに対し、対応する際は、対応案を作成し、逐次発注者の承認を得なければならない。

### **実績報告書の提出(随時)**

メディア等からの取材依頼や要望、問い合わせ内容について、問い合わせ元、日時、内容等を速やかにデータにより発注者に報告すること。

### **その他**

受注者は、案件の選択及び進捗状況の報告に当たり、発注者と月1回程度の定期的な協議を行うなど、緊密に連携を取ること。

メディア対応業務の実施にあたっては、案件ごとに発注者と協議し、発注者の承認を得るとともに、委託金額の範囲内において、発注者が内容を変更、中止等を指示した場合はそれに従うこと。

## 6 実績報告等

5-1-2 から 5-3-2 の業務について、項目に特に定めがある場合を除き、進捗状況の報告、実績報告資料及びパビリオンの広報プロモーションに係る経過資料の作成を行うこと。

### 進捗状況の報告

月1回以上定期的に各業務に関する進捗状況を発注者へ報告し、今後の取り組み内容を協議すること。また、四半期ごとに予算の執行状況に関する報告書を作成し、発注者へ提出すること。

### 実績報告書の作成

5-1-2 から 5-3-2 の各業務について、業務終了後に実績報告書を作成し、発注者へ提出すること。(各業務の準備段階の調整等についても記録しておくこと。)

### パビリオンの広報プロモーションに係る経過資料の作成

発注者が令和4年1月から本業務終了までに実施した広報プロモーションに係る活動について、本事業の業務実績のほか、発注者から提供する記録写真や過去の事業実績資料等を活用し、パビリオン広報プロモーションに係る経過資料として取りまとめて提出すること。

## 7 業務実施体制等

受注者は、5-1-1 から 5-3-2 の業務について項目に特に定めがある場合を除き、次のとおり取り組むこと。

本業務の効果を最大化させるため、事業目的などを十分理解した上で、発注者と十分に協議を行い、5-1-1 から 5-3-2 の業務全体をコーディネートする統括責任者を配置すること。

そのうえで、5-1-1 から 5-3-2 の各業務の実施体制を示す実施体制表を作成し、契約締結後速やかに報告すること。

スタッフの配置、連絡体制等を明確にしておくこと。

## 8 提案にあたっての留意点(一部再掲を含む)

### (1) 全体事業計画の企画・立案

パビリオンのこれまでの取り組みや、パビリオン広報プロモーションに係る現状と課題等を調査分析のうえ、パビリオンとして今後どのように取り組めば、府内外における来場意向度が向上するか、その手法を明示すること。

### (2) 「2025 年日本国際博覧会 大阪パビリオン出展基本計画」及び 2025 年日本国際博覧会大阪パビリオン推進委員会委員総会において公表された資料の内容を事前に確認すること。

「2025年日本国際博覧会大阪パビリオン出展基本計画」

<https://2025osaka-pavilion.jp/assets/doc/overview/plan/OsakaPavilionPlan>

「2025年日本国際博覧会 大阪パビリオン推進委員会 委員総会資料」

<https://2025osaka-pavilion.jp/about/generalmeeting/>

- (3) 本仕様書に記載する取組内容を効果的に実施するために、各取組みを相互に連携させた戦略的な全体事業計画を示すこと。
- (4) 万博の準備スケジュールや博覧会協会などが定める機運醸成行動計画等も考慮のうえ、パビリオンが広報プロモーションを行うべき対象の選定方針を示すこと。
- (5) 各イベント等での広報プロモーションを効果的・効率的に実施するための実施体制を示すこと。
- (6) 来場意向度を向上させるために、各イベントで実施する効果的なパビリオン広報プロモーションの手法について具体的かつ実現可能な内容とすること。
- (7) PR ツールの企画・作成  
経済的かつ合理的に PR ツールを作成する方法について具体的に提案すること。

パビリオンへの期待感を高め、来場意向度を向上させる PR ツールのデザインや内容を提案すること。

パビリオンのコンセプト・外観・展示内容、実証・実装される最先端の技術、催事など最新情報を活用し、イベント等で配布することを想定したチラシ又はフリーペーパーのデザイン案を提出すること。

- (8) パビリオン広報プロモーション企画の実施  
企画案は集客イベントに限らず、パビリオンの魅力や期待感などが、府内・全国へ発信できるよう、テレビ、新聞、雑誌等のメディアに広く取り上げられるような手法を提案すること。

集客イベントを実施する場合は、幅広い世代から支持されている著名人やキャラクターを登用するなど、相当のメディア露出を見込んだ訴求力やプロモーション効果の高い企画・演出とすること。

若年層をはじめ様々なターゲットにパビリオンに対する理解や来場意向度を高めることが期待できる企画内容を提案すること。

- (9) 各種広報媒体でのパビリオンの広報プロモーション  
来場意向度の向上のため、パビリオンのコンセプト・外観・展示内容、実証・実装される最先端の技術、催事など最新情報を継続的に収集し、それらを効果的に活用、発信するための実施体制を示すこと。

## 9 一括再委託等の禁止

- (1) 業務委託契約書第 16 条第1項に規定する「主たる部分」とは次に掲げるものをいい、受注者はこれを再委託することはできない。  
・委託業務における総合的企画、業務遂行管理、業務の手法の決定及び技術的判断等
- (2) 受注者は、コピー、ワープロ、印刷、製本、トレース、資料整理などの簡易な業務の再委託にあたっては、発注者の承諾を必要としない。
- (3) 受注者は、上記(1)及び(2)に規定する業務以外の再委託にあたっては、書面により事前に発注者の承諾を得なければならない。
- (4) 受注者は、業務を再委託に付する場合、書面により再委託の相手方との契約関係を明確にしておくとともに、再委託の相手方に対して適切な指導、管理の下に業務を実施しなければならない。なお、再委託の相手方は、大阪市競争入札参加停止措置要綱に基づく停止措置の期間中の者、または大阪市契約関係暴力団排除措置要綱に基づく入札等除外措置を受けている者であってはならない。

## 10 業務実施に関する基本的な条件（一部再掲を含む）

- (1) 業務実施体制  
受注者は、業務の運営体制を明確にし、業務を適切に実施するために必要な経験を有するスタッフを配置すること。
- (2) 契約及び費用等に関する条件  
業務を遂行するにあたり必要となる経費は、契約金額に含まれるものとし、発注者は 契約金額以外の費用を負担しないものとする。
- (3) 提案見積額について  
本委託業務にかかる契約金額については、提案見積額を基準に、発注者と協議のうえ、確定するものとする。



(4) 経理・支払に関する条件

(ア) 契約金額については、委託契約期間内に業務を完了された後、発注者による検査を経て支払うものとする。ただし、部分払いを行う場合、業務の完了前に既に業務を完了した部分(検査職員の検査に合格したもの)に対し請求することができる。その場合は受注者に提出を求める所定の請求書等に基づき、月1回を超えない範囲で支払うものとし、受注者の指定する口座に振り込みする。

(イ) 全ての証拠書類は、本業務終了後、5年間保存すること。

(5) 秘密の保持

(ア) 受注者は、この契約の履行に関して知りえた秘密は、契約期間中はもとより契約期間後においても第三者に漏らしてはならない。

(イ) 受注者は、提供された資料を本業務以外の目的には使用しないこと。また、第三者への提供は、閲覧・複写・貸出等方法の如何を問わず行わないこと。

(ウ) 本業務の遂行にあたり収集した情報については、機密保持の観点から、施錠の徹底や電子データのパスワード設定など、万全なセキュリティ対策を講じて扱わなければならない。

(6) 著作物の譲渡等

(ア) 受注者は、本事業における成果品が著作権法(昭和 45 年法律第 48 号)第2条第1項第1号に規定する著作物(以下「著作物」という。)に該当する場合には、当該著作物に係る受注者の著作権(著作権法第 21 条から第 28 条までに規定する権利をいう。)を当該著作物の引渡し時に発注者に無償で譲渡するものとする。ただし、当該著作物のうち受注者が従前より保有するものの著作権は、受注者に留保されるものとし、受注者は発注者及びその指定する者の必要な範囲で発注者及びその指定する者に無償で使用することを許諾するものとする。また、受注者は著作人人格権を行使しないものとする。

(イ) 発注者は、成果品の内容を受注者の承諾なく自由に公表することができ、また、当該成果品が著作物に該当する場合には、受注者が承諾したときに限り、既に受注者が当該著作物に表示した氏名を変更することができる。

- (ウ) 受注者は、成果品が著作物に該当する場合において、発注者が当該著作物の利用目的の実現のためにその内容を改変するときは、その改変に同意する。また、発注者は、成果品が著作物に該当しない場合には、当該成果品の内容を受注者の承諾なく自由に改変することができる。
  - (エ) 受注者は、発注者が承諾した場合には、当該成果品を使用又は複製し、また、当該 成果品の内容を公表することができる。
  - (オ) 発注者は、受注者が成果品の作成に当たって開発したプログラム(著作権法第 10 条第1項第9号に規定するプログラムの著作物をいう。)及びデータベース(著作権法第 12 条の2に規定するデータベースの著作物をいう。)について、受注者が承諾した場合には、当該プログラム及びデータベースを利用することができる。
  - (カ) 受注者は、成果品(業務を行ううえで得られた記録等を含む。)の作成にあたり必要な著作権等の手続きについて、受注者の責任及び契約額の範囲において実施すること。
- (7) その他の条件
- (ア) 業務開始後は、定期的に発注者と打ち合わせを行い、業務着手前に発注者の承諾を得るとともに、事業進捗状況を報告すること。また、随時、発注者の求めに応じて本業務にかかる情報を提供すること。
  - (イ) 大阪ヘルスケアパビリオンでは、障がいの有無に関わらず誰もが心身豊かで快適に暮らしやすい未来社会の創造を目指しており、受注者においても障害者雇用促進法に基づく障がい者の雇用を推進すること。また、本業務委託契約締結年度の 7 月 31 日までに、当該年度の「障害者雇用状況報告書」の写しを発注者に提出すること。(従業員数が 43.5 人未満の企業については、任意様式にて提出すること。)
  - (ウ) 本仕様書に定めのない事項については、発注者と協議のうえ決定すること。
  - (エ) 契約締結後に本仕様書に疑義が生じた場合は、双方で協議のうえ決定することとする。