

## 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（公募型プロポーザル）

## 【質問に対する回答】

No	項目（該当箇所）		質問	回答	
	書類名称	頁			該当箇所
①	募集要項	2	4	契約としては今年度いっぱいだが、提案としては2025年度までのものですか？それとも2024年度に絞った提案になりますか？また、2025年の契約期間はいつまでになりますか。	提案内容については、契約予定期間である2025年度までの内容としてご提案ください。2025年度の契約期間については、2026年3月31日までとなります。
②	募集要項	7	2	仕様書5-1-3 公式参加記録作成業務については、選定基準のどの項目に該当しますでしょうか？	選定基準のうち、「事業目的及び事業内容の理解度」、「業務実施体制等」及び「企画内容」に該当します。
③	仕様書	5	1-3	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は全ページ(400P)必要でしょうか？	2025年10月31日(金)までに必要となる版面は、発注者の確認が必要な本文などの内容部分を想定しております。なお、仕様書で示すページ数は、過去の博覧会等の事例を参考とした目安であって、実際の公式参加記録の制作にあたっては、企画提案時に掲げた内容を参考にしながら、第一優先交渉権者に選ばれた事業者が発注者が協議・調整の上、実施することとします。
④	仕様書	5	1-3	大阪ヘルスケアパビリオン全体の出展予定企業数、想定来場者数を教えてください	大阪ヘルスケアパビリオンには、ミライのヘルスケアゾーンやミライの都市ゾーン、大阪の食・文化ゾーン等への出展企業は約30社、14支援機関のもと出展する中小・スタートアップゾーンの企業を加えると約400を超える企業・団体の参加を予定しています。想定来場者については、約280万人を想定しています。
⑤	仕様書	5	1-3	「公式「参加」記録」との名称ですが、パビリオン全体の施工～イベント開催～閉幕までの記録ではなく、参加企業それぞれの関りについて個別に「記録」するということでしょうか。	公式参加記録については、開幕前から会期中、閉幕までにおいて、参加企業ごとの関わりではなく、大阪ヘルスケアパビリオンにおける取組み全体を記録いただきたいと考えております。実際に公式参加記録の制作にあたっては、企画提案時に掲げた内容を参考にしながら、第一優先交渉権者に選ばれた事業者が発注者が協議・調整の上、実施することとします。
⑥	仕様書	5	1-3	「資料収集」の具体的な作業内容と量について教えてください。また「取材」は原稿作成の為に各企業の担当者への「インタビュー」の意味でしょうか？	「資料収集」とは、写真・動画撮影、関係者への取材等のことを言います。資料収集の手法や量、頻度は、事業規模（契約上限額）を踏まえ、ご提案をお願いします。「取材」は、インタビューに限らず、その他の手法も含まれます。
⑦	仕様書	5	1-3	「写真素材」は参加企業、ほか関連部署および他のプロモーション施策で撮影された素材をご支給いただける想定で宜しいでしょうか？ 「公式参加記録」単独で撮影が必要な場合は想定されている撮影日数を教えてください	写真素材は、原則、提案内容に応じて受注者にて準備いただくものとします。但し、契約締結前のもなど、受注者で入手できない内容のものについては、発注者と協議・調整の上、入手方法を決定することとします。なお、撮影の日数等、公式参加記録の制作にあたり必要なことは、企画提案時に掲げた内容を参考にしながら、第一優先交渉権者に選ばれた事業者が発注者が協議・調整の上、決定することとします。
⑧	仕様書	5	1-3	Wordでの版面作成は、制作側と発注者側との閲覧PC環境の違いなどの理由でレイアウトの崩れ、文字ズレ、文字のオーバーフローなどが起こりやすく危険です。直接DTPソフトで制作の上、PDFにてご確認いただき校正についてはPDFの校正機能やコメント機能などを用いてご返却をいただく形では難しいでしょうか？	ご提案の内容でも可能とします。
⑨	仕様書	5	1-3	英語版等、他の言語版の記載が無いですが、日本語版のみの制作で宜しいでしょうか？	日本語版のみの制作です。
⑩	仕様書	5	1-3	「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」との記載がありますが、Webでの閲覧性等とは印刷データとは別に、目次やツメ等へのリンク設定を行う必要がありますでしょうか。	目次のしおり設定など、閲覧者が閲覧したいページを簡単に開けるよう設定願います。
⑪	仕様書	5	1-3	400頁という前提ですが、想定頁数の算出において参考にされた資料はありますか？	2005年日本国際博覧会（愛・地球博）における愛知県記録誌のページ数を参考としています。なお、仕様書で示すページ数は、過去の博覧会等の事例を参考とした目安であって、実際の公式参加記録の制作にあたっては、企画提案時に掲げた内容を参考にしながら、第一優先交渉権者に選ばれた事業者が発注者が協議・調整の上、実施することとします。
⑫	仕様書	5	2-1	(情報発信・イベント広報周知イベント) 会場費用は見積に含まない形でよいでしょうか？ 会場の提案は必要でしょうか？	実施会場やその費用については、ご提案いただく内容にも含むものとします。
⑬	仕様書	5	2-1	(情報発信・イベント広報周知イベント) 5年後のアバターに出会えるという部分が大阪ヘルスケアパビリオンの最大の売りと考えてよいでしょうか？	大阪ヘルスケアパビリオンでは、25年後の「ミライの自分」のアバターに出会うほか、ミライのヘルスケアやミライの都市生活等、様々な体験が可能です。最大の売りとして位置付けるコンテンツはなく、数多くの体験・展示を通して、「新たな自分に生まれ変わる」、「新たな一歩を踏み出す」きっかけを提供することをめざしています。そのため、それぞれの体験について、効果的かつ効率的な情報発信等ができるよう、企画提案をお願いします。
⑭	仕様書	5	2-1	(情報発信・イベント広報周知イベント) メインコンテンツであるREBORN体験ルート以外の展示・出展ゾーン・ミライの大阪の食・文化・アドリウム・ミライのエンターテインメント・権事ステージ・アクアポニックス(3/25の総会動画で確認)もイベントで取り上げる対象に入りますでしょうか？	REBORN体験ルート以外の展示も対象としてご提案ください。実施時点での企画の進捗状況等を踏まえ、取り上げる対象を決めていきたいと思います。

## 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（公募型プロポーザル）

## 【質問に対する回答】

No	項目（該当箇所）			質問	回答
	書類名称	頁	該当箇所		
15	仕様書	5	2-1	(情報発信・イベント広報周知イベント) 7月の時点ではイベント会場で体験できるものはありますでしょうか？	コンテンツ制作の進捗状況によることから、現時点では未定です。
16	仕様書	5	2-1	(情報発信イベント・展示コンテンツのメディア発表会) 10月の時点では体験できるものはありますでしょうか？	コンテンツ制作の進捗状況によることから、現時点では未定です。
17	仕様書	5	2-1	(プレオープンイベント・内覧会) 内覧会の内容を検討したく、3/25の総会動画で発表されています「REBORN体験ルート」の詳細資料はご支給いただけますでしょうか？	「REBORN体験ルート」については、2025年日本国際博覧会大阪パビリオン推進委員会のホームページをご覧ください。(3月25日「2025年日本国際博覧会大阪パビリオン推進委員会の委員総会」に関する資料)
18	仕様書	5	2-1	(プレオープンイベント・内覧会) 3/25の総会動画より「PHRボッド」→「リフトライド」→「ミライの自分」で会う25年後の自分は、まだ健康な体験をしていないので、あまり健康的ではない見た目のアバターになることあるのでしょうか？	来館者の現在の健康状態をもとに生成される「ミライの自分」のアバターを想定しておりますが、どういった姿になるかの詳細は未定です。
19	仕様書	5	2-1	(プレオープンイベント・内覧会) 3/25の総会動画より体験用バンドは、「PHRボッド」「ミライの自分」「ミライのヘルスケア」「ミライの都市」それぞれ場所で、個人識別をするために、何かデータ読み込みをする動作が発生するのでしょうか？	体験用バンドは個人を識別するIDが埋め込まれており、各ゾーンでIDを読み込みます。
20	仕様書	5	2-1	(プレオープンイベント・内覧会) 3/25の総会動画より体験に個人情報を用いるか否か選択可能と書かれていますが、個人情報を用いなかった際は自分のアバターは作られず、展示だけを見て回るかたちになるのでしょうか？(変化を体験するにはアバターを作ることが必須条件ということでしょうか？)	個人情報を用いない場合もREBORNを体験いただけるよう、個人情報を用いた体験に準じた形となるよう検討中です。
21	仕様書	5	2-1	(プレオープンイベント・内覧会) 3/25の総会動画より「ミライの都市」ゾーンを終えて、再度ミライの自分に会おう場所はどこになるのでしょうか？	ミライの都市ゾーンの後の「フィナーレ」と呼ばれる場面で、生まれ変わったミライの自分に会います。
22	仕様書	5	2-1	(プレオープンイベント・内覧会) 3/25の総会動画よりミライのエンターテインメントで体験できる内容は、健康に関わるようなミライの体験ができる場所になるのでしょうか？また、こちらの体験をするのは、予約が必要でしょうか？	ミライのエンターテインメントではAR グラスなど先端技術を用いた映像( XR シアター)を体験いただく予定です。体験の内容は検討中です。体験には予約が必要です。
23	仕様書	5	2-1	(プレオープンイベント・内覧会) 2025年3月から開幕までの複数日とありますが、具体的に日数をお示しいただくことはできないでしょうか？	日数についても、ご提案いただく内容に含むものとします。
24	仕様書	5	2-1	(若年層向けイベント) バーチャル大阪パビリオンの詳細資料はございますか？	ご希望の方には、別途資料を送付しますので、以下連絡先までご連絡ください。 担当 公益社団法人2025年日本国際博覧会大阪パビリオン 総務グループ 電話:06-6115-6709 メール:osakapv-gp@expo2025-osakapv.or.jp
25	仕様書	5	2-1	(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」と記載されているため、バーチャル大阪パビリオンの活用はあくまでも一例で、若年層の認知度・来場意欲向上につながるかはこれには縛られなくていいと考えてよろしいでしょうか。それともバーチャル大阪パビリオンとの連携が必須になりますでしょうか？	バーチャルとリアルそれぞれの体験について、効果的かつ効率的な情報発信や広報周知に係る提案を想定しておりますが、バーチャルとリアルとの連携は、必須の要件ではございません。
26	仕様書	5	2-1	(若年層向けイベント) 今回ターゲットとする若年層の割合を確かめたく、バーチャル大阪パビリオンのユーザー属性データを共有いただけますでしょうか？	バーチャル大阪パビリオンのユーザー属性データは公表しておらず、共有することができません。一般的なメタバース市場の傾向としては、10代～30代など、比較的若い方の利用が多く、国外からのアクセスについては、実会場への来訪者より比率は高まると予想しています。
27	仕様書	5	2-1	(開催期間中イベント) 関西、関東希望はございますか？	関西、関東等の希望はございませんので、実施エリアについてもご提案いただく内容に含むものとします。
28	仕様書	5	2-1	(イベント広報プロモーション業務) ポスター・チラシ等は見積に含まない形でしょうか？	ポスター・チラシ等はPRツールであるため、ご提案いただく内容に含むものとします。

## 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（公募型プロポーザル）

## 【質問に対する回答】

No	項目（該当箇所）			質問	回答
	書類名称	頁	該当箇所		
㉔	仕様書	5	2-1	(保険の加入) どの保険加入が必要か具体的な指示はいただけますでしょうか？	イベント内容に応じて、必要となる保険の種類等が変わってくるため、保険加入については、受注者が最適とご判断される内容をお願いします。
㉕	仕様書	5	2-2	(SNS投稿) SNSアカウントは新設するという認識でよいですか。既にアカウントがありますか	現在、YouTubeのみアカウントがあり、InstagramやX等はアカウントはございません。SNSアカウントを新設する。大阪ヘルスケアパビリオンとしてはSNSアカウントを新設せず大阪府・市のSNSを活用する、SNSを活用しないなど、広報プロモーション戦略を踏まえ、効果的と思われるご提案をお願いします。
㉖	仕様書	5	2-2	(WEB広告等でのパビリオン広報プロモーション) 広告媒体による広報プロモーションで設定されている80,000,000impという数値目標は2024年度だけのものですか	80,000,000implは、2024年度の数値目標になります。なお、2025年度についても、その時点での大阪ヘルスケアパビリオンの認知度等を踏まえ、類似の数値目標を設定する予定です。
㉗	仕様書	5	2-2	(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) 候補者の提出まででよろしいでしょうか？	候補者の提出までで問題ございません。
㉘	仕様書	5	2-3	(動画の要件・規格等) 英語ナレーション・英語字幕付きの翻訳は受注者手配でしょうか？	受注者手配となります。
㉙	仕様書	5	2-4	(広報物) フリーペーパーはA3 2つ折り程度でしょうか？	フリーペーパーやチラシ等のサイズに指定はございませんので、より手に取ってもらいやすい等の観点から提案をお願いします。
㉚	その他	-	-	3/25の総会動画より大阪ヘルスケアパビリオン催事専用スペースの活用について公式行事や主催者催事等記載されていますが、こちらは今回の公募外と考えていいでしょうか？	今回の公募外です。