

「令和6年度海外向け魅力発信事業」業務委託仕様書

1 委託事業名

令和6年度海外向け魅力発信事業

2 事業目的

大阪府では、2025年大阪・関西万博開催を大阪の魅力在海外に発信していく絶好の機会と捉え、万博をはじめ、ビジネスに関する情報をメインに都市のプレゼンスを高める情報を、海外へ統一かつ効果的に発信していくこととしている。

また、海外の企業や投資家等に「ささる」情報^(※)を SNS ツール等を使い分けて発信していくことで、大阪への関心を高め、来阪や企業進出、投資、具体的なビジネスマッチング等につなげ、ひいては大阪の持続的な成長をめざすことを目的とする。

※「ささる」情報とは、ターゲットが興味・関心をもつ情報、プロモーション効果や訴求力が高い情報を意図している。

3 契約期間

契約締結日から令和7年3月31日まで

4 委託上限額

22,500,000円(税込)

5 基本事項

本事業で使用するランディングページ、各 SNS アカウントについては以下のとおり。ランディングページの更新や各 SNS における投稿は大阪府が行う。

<ランディングページ>

OPEN !! OSAKA ~Information site for people starting a business in Osaka~
(<https://www.pref.osaka.lg.jp/o020050/renkei/openosaka/index.html>)

<SNS アカウント>

LinkedIn <https://www.linkedin.com/company/global-financial-city-osaka>

Facebook <https://www.facebook.com/osakaprefjp>

Instagram https://www.instagram.com/osakaprefpr_jp

X(旧 Twitter) https://twitter.com/osakaprefPR_jp

YouTube https://www.youtube.com/@OsakaPrefPR_jp

※令和5年度に制作した動画については上記 YouTube チャンネル内の動画を参照

6 委託業務内容

(1) 情報発信に係る助言・提案等

府が運用する SNS のデータ分析に基づき、本事業の推進に係る助言・提案を行うこと。助言・提案にあたっては、事業の目的を踏まえた適切なターゲット設定、KPI 設定等を含む府の戦略策定を支援し、事業効果の検証を行うこと。

① SNS 分析

海外向けの SNS (現時点で Instagram, X, Facebook, YouTube, LinkedIn

は除く)のデータ分析を行い、課題を可視化し、分析結果について月次報告書を提出すること。

② 助言・提案

① 及び海外の SNS 利用動向等を鑑み、事業目的を踏まえた戦略策定の支援をはじめとする SNS 等を活用した海外向けの情報発信に係る助言・提案、研修を行うこと。

③ 事業効果の検証

適切な手法で事業効果の検証を行うこと。

(2) 海外への発信（発信・拡散の仕かけの構築）

海外のターゲットに対して、プロモーション効果の高い媒体・手法等を用いて発信を行うこと。

① SNS ターゲット広告等

SNS でターゲットを絞り、(3)で制作したコンテンツ等を活用した広告等を実施。

② タッチポイントでの広告

空港やホテル等における広告を実施。

③ 海外メディアや有識者等の活用

- ・海外メディアへの広告記事の出稿及びプレスリリースの配信。
- ・海外メディア向け勉強会もしくは海外メディアを対象としたプレスツアーの企画・実施。
- ・海外においてビジネス面で影響力のある有識者等へインタビューを行うとともに、制作した動画等を有識者が持つ SNS 等で発信。

※海外メディアは WEB、新聞、テレビを想定している。

(3) 動画制作・更新（ビジネス関連情報に関する動画の制作・更新）

動画については、少なくとも 3 本以上の大阪のビジネス・投資魅力等を海外へ紹介・発信する動画を制作すること。動画の内容は、海外のターゲットにビジネスチャンスの多い魅力ある大阪を強く印象づけ、ビジネス行動や来阪意欲等を喚起する高い訴求力を有するものとする。

なお、動画の制作にあたっては、様々なターゲットを想定し、大阪の特性・強みを活かした動画を制作すること。

制作した動画については、大阪府が運営するランディングページ及び SNS に掲載・投稿することに加え、府の担当部局等において海外からの企業誘致や投資の呼び込みのための営業ツールとして使用することを想定している。

また、令和 5 年度に制作した動画に関し、更新が必要なものについて対応すること。（年次の修正等を想定。）

※制作する動画の参考例は以下のとおり。

○海外からの企業進出や投資につながる府の施策

（国際金融都市、ライフサイエンス産業、スタートアップエコシステムの取組等）

○大学発スタートアップ等在阪日本企業や外資系企業等へのインタビュー

○ビジネス関連有識者へのインタビュー

7 委託業務内容の補足及び提案を求める内容

(1) 情報発信に係る助言・提案等

○助言・提案を求めるのは以下の事項を想定しているが、取組の検討状況にあわせて変更が生じる場合がある。

- ・ターゲット、KPIの設定・見直し等
- ・使用する SNS の選択、コンテンツ内容や投稿文章、投稿する時間、フォロワーとのコミュニケーション方法
- ・運用により生じた課題への対応
- ・炎上対策及びセキュリティ対策
- ・コンテンツを、SNS等を通じて効果的に情報発信し、拡散させるための仕かけ、仕組み
- ・コンテンツを充実させるための手法
- ・インフルエンサーの活用やターゲット広告の展開
- ・SNS から府ホームページに効果的に誘導する手法

〔提案内容〕

- ◎海外への情報発信に係る助言・提案のための専門知識、体制、手法、頻度や将来的に職員自身で SNS の分析、発信や動画制作を行う体制の構築を視野に実施する研修メニュー
- ◎事業の目的を踏まえた適切なターゲット、KPI等及び事業効果を検証するための適切な手法（KPIは動画視聴数、SNS フォロー数、ランディングページアクセス数等を想定。ただし、契約締結後に発注者との協議により変更する可能性がある。）

(2) 海外への発信

制作した動画を海外に向けて発信するにあたっては、より多くの海外のターゲットのビジネス行動や来阪意欲を喚起するプロモーション効果の高い媒体・手法等にて、効果的・計画的な発信を行うこととし、以下の項目に留意すること。

- SNS 広告発信を行う国（又は地域）は「欧米豪」及び「アジア」を基本とする。
なお、その他の国（又は地域）への発信を妨げない。
- 広告発信する SNS の種類と目的、想定される効果、単価を示すこと。
- 広告に使用する動画は新たに制作するものに加え、昨年度事業で制作した動画を活用することも可能とする。
- タッチポイントでの広告は、空港やホテルを想定しているが、これに限らず効果的な掲出箇所を提案すること。
- 海外メディアの活用については、広告記事の出稿に加え、プレスリリースを行うこととし、効果的な配信手法、配信サービスを提案すること。
なお、広告記事内容は府のランディングページにも掲載ができるよう媒体と調整を行うこと。
- 「海外メディア向け勉強会の実施」と「海外メディアを対象としたプレスツアーの企画・実施」については、費用対効果も含めて効果的な手法を提案することとし、いずれかの実施を必須とし、両方実施することも可能とする。

〔提案内容〕

<SNS ターゲット広告等>

- 広告発信を行う国（又は地域）/理由
- 広告を発信する媒体・広告の種類/理由
（例:YouTube、LinkedIn、X（旧Twitter）、Instagram、Facebook）
- 発信スケジュール（頻度、期間等）
- 発信の効果⇒定性的・定量的効果を提示すること

<タッチポイントでの広告>

- 掲出箇所、媒体の種類/理由
- 発信スケジュール（頻度、時期、期間等）
- 発信の効果⇒定性的・定量的効果を提示すること

<海外メディアや有識者等の活用>

- 海外メディアの詳細（購読者数・影響度、活用手法/理由等）
- 海外メディア向けリリース配信の手法（配信先、配信回数、配信内容等）
- 海外メディア向け勉強会の実施（手法、時期、内容、アプローチ先）
- 海外メディアを対象としたプレスツアーの手法（ツアー内容、時期、理由等）
- 有識者等の活用の手法（有識者等の経歴、専門分野、活用手法/理由等）

(3)動画制作について

以下の事項に留意し、海外の企業関係者等が大阪でのビジネスや大阪・関西万博に興味・関心を持ち、「大阪でビジネスをしたい」「大阪をぜひ訪れたい」と思うような、来阪意欲を喚起する高い訴求力を有するものであり、独創的で斬新な動画を制作すること。

- 事業目的を踏まえた企画内容とすること。
- コンセプトは昨年度に制作した「OPEN!! OSAKA」を踏襲すること。
- 実際の動画制作にあたっては、受託者は予め企画提案時に掲げた内容を参考にしながら、大阪府と協議・調整のうえ、実施するものとする。
- 発信する媒体・手法・特性等を踏まえ、海外の企業関係者等に効果的にアプローチできる内容・長さ（尺）の動画を、本数も含めて提案すること。ただし、少なくとも3本以上の動画を制作すること。さらに、3本の動画とは別にダイジェスト版や広告用の短尺動画を制作すること。
- 字幕やナレーション等を施す場合の言語は、少なくとも英語を用いること。
なお、発信する媒体や動画の尺、発信国（又は地域）を踏まえ、多言語とすることや、視覚的に訴求可能で広報として効果的な場合は、ノンバーバルとすることは差支えない。
- 新規撮影を原則とするが、実施時期や実施期間により撮影困難なシーンを活用する必要がある場合は、大阪府と協議のうえ、既存の動画データ等を取得することを認めることとする。なお、必要となる著作権等の経費は、全て当初の契約金額に含むこと。
- 受注者は、発注者と協議のうえ、出演者、協力者等に関する交渉を行い、謝礼等を支払う必要がある場合は、委託料の範囲で行うこと。
- 制作する動画については、本事業終了後も必要に応じて加工・再利用を行い活用する（二次利用可能）ことを前提とし、今後大阪府にて活用できる内容・仕様とすること。また、動画編集について、大阪府の指示に従うこと。
- 本事業で制作した動画を翌年度以降も、海外等への発信を可能とすること（二次利用可能）。なお、出演者の肖像権等の問題により、新たな費用負担が発生しないようにすること。
- 動画制作後は、大阪府が保有するランディングページ等

(<https://www.pref.osaka.lg.jp/o020050/renkei/openosaka/index.html>)

に掲載することを想定しており、ランディングページ等を通じた動画配信時期、宣伝・広報等について、予め、大阪府と調整を図ること。

- 国内外におけるイベント等でも使用する可能性もあるため、表示ディスプレイに応じた編集やエンコードを行うことができる状態にしておくこと。
- 動画制作にあたっては、様々なターゲットを想定し、大阪の特性・強みを活かした動画を制作すること。
- アンケートやヒアリングを実施し、海外のターゲットのニーズを踏まえて制作すること。
- 動画制作にあたっては、動画内容の性質等に応じて、超高精細撮影機材・遠隔操縦（ドローン）・ヘリコプター等の使用、クリエイター、出演者の起用、音響特殊効果、CGの活用など、創意工夫を凝らしたものとすること。
- 動画に映る人、商標等、肖像権に触れる場合は、画像処理を施すこと。
- 8K映像などTVやPC、大型ビジョン等のデバイス上で再生した場合に鮮明に閲覧できる画質の映像とすること。
- 文化財を撮影する場合は、文化財保護法等の関係法令を遵守するとともに、文化財が所在する自治体（府・市町村）、所有者を含む関係者と予め協議・調整を行うこと。

〔提案内容〕

◎制作する動画について、内容・デザイン等全体構成イメージを作成の上、企画案を示すこと。（提案時に動画制作を求めない。）

- ・動画タイトル（テーマ、基本コンセプト）
- ・動画の提案理由
- ・動画の内容・デザイン等全体構成イメージ 等
（ストーリー構成、アピールポイントを具体的に記載）
- ・海外のターゲットが求める情報（ニーズ）を把握するための手法

(4)事業の実施体制等の策定

上記(1)(2)(3)について、契約期間内に計画的かつ効率的に実施できるよう計画を立てて進行管理を行うこと。

- 事業を実施するうえで十分な運営体制を構築すること。
- 提案内容を遂行する実施体制人員において、過去に本事業（情報発信に係る助言・提案、海外への発信、独創性を有する動画制作等）と類似する事業実績があれば、その履行実績を示すこと。
- 契約期間全体を通して、事業実施のスケジュールを想定し、その運営について十分な体制が継続的に維持すること。

〔提案内容〕

- ・事業実施体制及び人員
- ・本事業を受託するにあたっての提案事業者の強み（類似事業の実績、独自の海外ネットワーク等）
- ・契約期間内の全体スケジュール（(1)(2)(3)の業務ごとに記載）

<委託事業の実施上の留意点>

ア 委託における留意事項について

- 受託者は、契約締結後、事業の実施に際しては、大阪府の指示に従うこと。
- 受託者は大阪府と緊密に連絡を図り、情報を共有しながら業務を推進すること。
- 業務の遂行に当たり、府と定期的な打ち合わせを行うものとする。実施方法や実施頻度については、業務の進捗を踏まえつつ協議の上進める。
- 庁内の担当者会議（月に1回程度実施を想定）に必要な応じて出席を求められることがある。
- 受託者は、経費支出等の確認書類（請求書、支払書等）について、確実に整理、事業年度終了後5年間保存すること。なお、大阪府から請求があった場合、速やかに提出すること。
- 事業運営に必要な関係機関（警察、消防署等含む）との連絡調整については、大阪府の指示のもと受託者が行うこと。
- 成果物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、受託者は大阪府に生じた損害を賠償しなければならない。

<実施状況の報告について>

- 受託者は、契約締結後、毎月、本事業の実施状況（作業・スケジュール進捗がわかる資料等）を書面により大阪府に報告すること（報告様式自由）。「情報発信に係る助言・提案等」については他の業務とは別途毎月報告書を作成すること。
- 大阪府から受託者に対し、必要な応じて事業内容等について随時報告を求められることがあるので、すみやかに対応すること。

3 各種許可申請に係る業務

- ・許可申請書など各種申請に必要な書類を作成すること。

8 成果物の提出

事業終了後、令和7年3月31日(月)までに大阪府あて以下の成果物等を提出すること。
なお、制作物等の著作権及び肖像権は、納品をもって大阪府に帰属するものとする。

- (1) 実施報告書
 - ・A4 サイズ1部及びCD-R等に格納のこと。
- (2) 業務に関して作成した全ての成果物
 - ・作成した広報物・映像データ等をCD-R等に格納して提出すること。
- (3) 報道実績に係る報告書
 - ・掲載された記事（著作権に留意）、HPなどのWEB情報、SNS等での配信動画について、取りまとめた報告書（※CD-R等に格納のこと）。
 - ・なお、国内外のメディア等で放送された動画については、電子データ（CD-R等）で提出すること。
- (4) 助言・提案に係る報告書
 - ・「情報発信に係る助言・提案」について、毎月報告書を作成し提出すること。提出期限は翌月の10日までとする。

9 その他

- (1) 守秘義務等について
 - 受託者は、委託業務の遂行上知り得た情報は、受託業務遂行の目的以外に使用し、又は第三者に提供してはならない。

○委託業務の終了後、成果物に誤り等が認められた場合には、受託者の責任において速やかにその誤りを訂正しなければならない。

(2) 個人情報の取り扱いについて

- 委託業務の遂行上知り得た個人情報や法人情報については、受託者の責任において厳重に管理するとともに、他の目的への転用等は絶対に行わないこと。また、業務完了後、受託者が保有する機器等にデータが残存している場合は、受託者の責任において確実にデータの破棄を行うこと。
- 受託者は事業実施にあたり、収集する個人情報及び法人情報について、大阪府に情報提供することを当事者に事前に説明し同意を得ること。
- 事業実施にあたり収集した個人情報や法人情報は受託者に帰属するものとし、大阪府の指示に従い提供を行うこと。
- 契約を締結する際、受注者は、個人情報の保護の観点から、誓約書（別途提示）を提出すること。

(3) 著作物の譲渡等

- 受託者は、成果物が著作権法（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託者の著作権（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大阪府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託者が従前より保有するものの著作権は、受託者に留保されるものとし、受託者は大阪府及びその指定する者の必要な範囲で大阪府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。
受託者が制作した動画については、著作権に加え、肖像権についても大阪府に帰属する。また、受託者は委託業務の実施に伴って生じた著作者人格権を行使しないこと。

(4) その他留意事項について

- 大阪府は、特別の理由がない限り最優秀提案者を契約交渉の相手方に決定するが、そのことをもって提案内容（経費も含む）まで認めるものではないため、契約締結及び事業実施にあたっては、受託者は必ず大阪府と協議を行いながら進めること。
- 受託者は、職業安定法等の労働関係法令に違反しないよう、十分に注意すること。
- 本仕様書に記載のない事項及び業務の実施にあたり疑義が生じた場合は、その都度、大阪府と協議を行い、指示に従うこと。
- 企画提案及び契約の手続きにおいて用いる言語及び通貨は、日本語及び日本国の通貨によるものとする。