

「令和7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7年度海外向け魅力発信事業

2 事業目的

大阪府では、2025年の大阪・関西万博を大阪の魅力を海外に発信していく絶好の機会と捉え、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、令和5年度より「海外向け魅力発信事業」（以下、「本事業」）を実施している。

本事業では、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することにより、大阪への関心を高め、来阪、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8年3月31日まで

4 委託上限額

23,300,000円（税込み）

5 基本事項

(1)ランディングページ及びSNS

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/osaka-prefecture-business-and-investment/>

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6年度まで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

※令和6年度に実施した海外メディア向けリリースの内容については、以下リンクを参照

<https://www.mynewsdesk.com/osaka-prefecture>

(2)本事業の活動指標及び成果指標

<活動指標>

SNSの投稿回数：合計120回以上（令和7年度を通じて）

動画の制作数：3本

海外メディア向けプレスリリース配信数：月1本

＜成果指標＞

令和7年度の動画視聴回数：100万回以上

（令和5年度からの動画の累積視聴回数：1,700万回以上）

海外メディアによる記事掲載数：30件

6 委託業務内容及び企画提案を求める内容

5(2)に記載の「活動指標」及び「成果指標」を踏まえ、以下の業務を実施すること。

(1) 情報発信に係る助言・提案・研修等

本事業の推進に係る助言・提案・研修を行うこと。

① 助言・提案・研修

- ・ 助言・提案を求める内容の想定は以下のとおり。ただし、状況にあわせて変更が生じる場合がある。
 - 成果指標達成のための手法
 - 事業効果の検証方法、事業の課題
 - ターゲットの設定
 - ビジネス有識者等との連携やターゲット広告の展開、拡散させるための仕かけ
 - SNSから府ホームページに効果的に誘導する手法
- ・ 本事業は府庁全体のプロジェクトチームを設置し、関係部局の実務担当者とともに取り組んでいる。令和6年度からは庁内の制度を活用し、動画編集やSNS発信のスキルを有する職員が、自身の業務とは別の事業の動画作成やSNS発信のサポートを行っており、こうした取組みを通じ、職員の情報発信スキルの活用・向上を図っている。令和7年度中に、各部局に、SNSの分析・発信、動画編集に対応可能な職員が複数いる体制をめざしており、そのために効果的な、SNSの活用、海外メディア向けの情報発信、動画編集等に係る実践的・段階的な研修プログラムを実施すること。
- ・ 研修内容の想定は以下のとおり。
 - SNSの特性やトレンド、ターゲットの視点を踏まえたコンテンツ制作
 - 海外メディアの視点を踏まえたリリース原稿の書き方
 - 動画編集やデザイン作成のノウハウや有用なソフトの活用術
(昨年度はDaVinci Resolve 無料版及びCANVA 無料版を利用。他の有用なソフトの活用を妨げない。)
 - 動画編集によるデザイン性の高いSNSコンテンツ制作
 - カメラワーク等動画撮影や取材のノウハウ

② 効果検証

- ・ 1ページ記載の海外向けのSNS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とともに、改善方法等について随時研修に含めること。
- ・ 本事業による、大阪への関心の高まりについて分析を実施すること。

〔提案を求める内容〕

- ◎海外への情報発信に係る助言・提案・研修のための専門知識、体制、手法、頻度
- ◎SNSの分析・発信、動画編集に対応可能な職員育成のために効果的な研修プログラムの内容
- ◎成果指標達成のための具体的な手法、プロセス
- ◎本事業の事業効果を検証する具体的な手法

(2) 海外への発信

海外の企業や投資家等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

- ・過年度に制作した動画及び今年度新たに制作する動画を活用し、SNS 広告を実施すること。
- ・原則としてトータルで3か月以上の広告期間を確保し、広告へのリアクションのほか、リアクションだけでない広告接触者の接触後の行動等、広告の結果や効果进行分析のうえ、PDCA サイクルを回して実施すること。今年度新たに制作する動画については1か月以上の広告期間を確保すること。
- ・SNS 広告を行う国（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。

② 海外メディアに向けた発信

- ・ 5(2)「活動指標」に記載のとおり、海外メディア（WEB、新聞、テレビ等）に対し、配信媒体を用いてプレスリリースを月1本以上配信すること。
- ・ 大阪府が作成するリリースの他、大阪のビジネス魅力を伝える記事を企画・作成・英訳して配信すること。（大阪府が作成するリリースは英訳不要。）
- ・ 記事内容や配信時期について、大阪府と調整を行うこと。

③ ビジネス有識者等との連携

- ・海外においてビジネス面で影響力のある有識者や団体と連携し、情報発信を行うこと。
- ・有識者や団体の SNS による情報発信やビジネスイベントでの動画の活用等を想定している。なお、一時的な連携でなく、年間を通じた発信・拡散につながる連携とすること。また、より効果的な連携の実施を妨げない。

〔提案を求める内容〕

＜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/単価/理由
（例:YouTube、LinkedIn、X（旧 Twitter）、Instagram、Facebook）
- ・ 発信スケジュール（頻度、期間等）
- ・ 発信の効果とその把握・ 分析方法（定性的・ 定量的効果を提示すること）

＜海外メディアに向けた発信＞

- ・リリースを配信する媒体/理由
- ・大阪のビジネス魅力を伝えるリリース記事の企画案、本数

＜ビジネス有識者等との連携＞

- ・連携を予定している具体的なビジネス関連の有識者や団体と連携内容
- ・ビジネス関連の有識者や団体からの情報発信スケジュール（頻度、期間等）
- ・連携の効果

(3) 動画制作・更新

- ・5(2)の「活動指標」に記載のとおり、3本以上の大阪のビジネス・投資魅力等を海外へ発信する動画（本編動画）を制作すること。
- ・動画の内容は、世界規模のビジネス交流や最先端技術が実装される様子など、万博開催

期間ならではの素材を活用し、海外のターゲットにビジネスチャンスが多く、魅力ある大阪を強く印象づけ、万博開催後もビジネス行動等を喚起する高い訴求力を有するものとする。3本の本編動画とは別に広告用の短尺版の動画も制作すること。

- ・過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。

※データの更新等を想定。

- ・動画の参考例は以下のとおり。

- 万博にあわせて開催される世界規模のビジネスイベント
(Global Startup EXPO 2025、ジャパンヘルス、万博会場内外でのビジネス
マッチング等)
- ビジネスイベントに参加する海外政府関係機関や投資家、企業へのインタビュー
- 万博会場で披露されるライフサイエンスやカーボンニュートラル、次世代モビリティといった最先端技術

- ・コンセプトは令和5年度に制作した「OPEN!! OSAKA」を踏襲すること。デザインは変更しても構わない。
- ・実際の動画制作は、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、海外のビジネス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。
- ・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、撮影のために入場料が発生する場合や、出演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。
- ・許可申請書など各種申請に必要な書類は受注者において作成すること。
- ・制作する動画については、翌年度以降も二次利用可能（加工・再利用、海外への発信への活用等）とすること。出演者の肖像権等により、新たな費用負担が発生しないよう調整を行うとともに、大阪府にて活用できる内容・仕様とすること。
- ・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。
- ・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。

〔提案を求める内容〕

- ◎大阪のビジネス・投資魅力等を海外へ発信するために効果的な万博開催時期ならではの動画素材、撮影対象となるビジネスイベントや最先端技術、人物などをリスト化し、選定理由についても示すこと。
- ◎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るものではない。）
 - ・動画タイトル（テーマ、基本コンセプト）
 - ・動画の内容、デザイン等全体構成のイメージ（ストーリー構成、アピールポイントを具体的に記載）
 - ・動画の提案理由
 - ・こういった点が海外のビジネス層に効果的な内容となっているか
 - ・こういった点が万博開催後のビジネス行動等を喚起する訴求力を有するか

（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（海外への発信、情報発信に係る助言・提案、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を継続的に維持すること。

〔提案を求める内容〕

- ・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）

７ 委託事業の実施上の留意点

（１）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。打合せの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ることがある。オンライン出席も可とする。
- ・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。
- ・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ることがあるので、すみやかに対応すること。
- ・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。

8 成果物の提出

事業終了後、令和8年3月31日（火）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・研修等」におけるSNS分析について、月次報告書を作成し提出すること。提出期限は翌月の15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、受託者は業務の実施に伴い生じた著作者人格権を行使しないものとする。

(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。