

■「令和8年度大阪IR広報企画運営業務」に係る企画提案公募 質問に対する回答

該当資料	No.	質問内容（原文まま）	回答
仕様書P2 2.（1）広報業務	1	ターゲットにおいて、本年度までの広報企画業務にあたり、想定されていたターゲットをご教授ください。	本業務については、大阪IRについての認知の裾野を広げ、府民・市民の理解を深めていくことを目的としているため、特定の層だけに向けて実施するものではありません。 ただし、仕様書P2の2.（1）に記載のとおり、各広報の実施にあたっては、媒体ごとの特性やこれまでの効果測定の結果等も踏まえ、最も多くの府民・市民の目に触れ、広く大阪IRへの興味・関心を喚起できるよう、それぞれ最適なターゲティングを行うこととなります。
	2	過去に実施した広報活動があり、具体的な内容や効果を共有可能でしたら教えていただけますでしょうか？	過年度の本業務の内容等については、大阪府ホームページ「IR推進局企画課の事業一覧」 (https://www.pref.osaka.lg.jp/o080010/irs-kikaku/ichiran.html) 下部に「過去の入札・業務委託関係」として、仕様書等を掲載した各年度のリンクが記載されていますので、それぞれご確認ください。 なお、直近の効果測定の結果を含む、企画提案に必要な各資料については、公募要領P5の下部枠囲み部に記載のとおり、公募開始時点から「応募申込書」及び「資料貸与申請書」の提出をもって貸与しています。 なお、契約締結後には、過年度の実績も含め、より詳細なデータを提供する予定です。
仕様書P2 2.（1）①交通広告の実施	3	広報業務において、交通広告をかなり重視されているかと思いますが、交通広告に求めている効果や重視されている理由があればご教授下さい。	仕様書P2の2.（1）①に記載のとおり、交通広告については、より多くの府民・市民の目に触れることで、広く大阪IRへの興味・関心を喚起し、より詳細な情報が掲載された特設サイトに誘導することなどを目的としており、また、事業者独自のノウハウにより、効果の最大化に向けた戦略性や効率性など、企画提案の創意工夫が期待できる業務であると想定しています。
	4	2.(1)①の交通広告について、「大阪府内の主要駅等」との記載がありますが、府外であっても、大阪府内への通勤・通学者や観光客が多く利用し、大阪IRの認知拡大に資すると考えられる場所であれば、提案に含めることは可能でしょうか。	仕様書P2の2.（1）①に記載のとおり、交通広告については、府民の興味・関心を喚起することを目的としているため、Aの主要駅等での広報は大阪府内に限りますが、Bのタクシー車内での動画放映や、Cとして鉄道やバス等の車内広告等を企画提案される場合は、各媒体の特性上、実施場所を大阪府内に限定できないことも想定されるため、大阪府内を含む広報手法であれば提案できるものとします。
	5	交通広告の実施手法C（独自の媒体提案）において、特定の鉄道事業者やバス事業者に限定せず、広範なエリアをカバーする提案を評価の対象とされますでしょうか。	交通広告の実施手法や場所等については、年度ごとに受注者からの企画提案を受けて検討・決定することから、特定の駅や路線ごとの認知度など、経年的に把握できない項目の効果測定は行っていません。
	6	過去に実施した交通広告において、特に誘導数や事後調査での認知度が高かった特定の駅や路線はありますか？	タクシー車内での動画放映については、特定の放映システムを指定するものではなく、また、これまで本業務で実施したことはありません。
	7	タクシー広告について、特定の放映システム（例：Tokyo Prime、GROWTH等）の指定や、過去の利用実績はありますか？	各広報物のデザイン案については、これまで府・市が作成したものに合わせて提案する必要はありません。 ただし、仕様書P3の2.（1）②に記載のとおり、主要駅等での広報に使用するポスターとデジタルサイネージ用素材は、親和性のあるデザインとしてください。 また、仕様書P5の2.（1）③に記載のとおり、同ポスターとパンフレットは、親和性のあるデザインとしてください。
仕様書P3・5 2.（1）②交通広告で使用する広報物の作成、③パンフレット等の作成	8	パンフレット、サイネージ、動画などのデザイントーンは、今まで作成された特設サイト、パンフレットのトーンと合わせる必要はあるのでしょうか。	インターネット広告については、大阪IRに関する情報を知りたい方に向けて訴求するため、仕様書P6の2.（1）④で例示したGoogle、Yahoo!等の複数の媒体で配信することを想定しています。 また、トゥルービュー広告については、視聴者が望まないタイミング（動画の前段や中段）で配信されることなどより、広報本来の目的が損なわれるおそれがあるため、仕様書P6の2.（1）④に記載のとおり、実施しません。 SNS等を含む配信媒体については、上記も踏まえ、より効果的かつ適切であると考えるものを提案してください。 なお、インターネット広告に使用するバナー等の素材については、静止画・動画の指定はありません。
仕様書P6 2.（1）④インターネット広告の配信	9	配信手法について「Google、Yahoo!等の複数媒体」との記載がございしますが、SNS媒体の活用もご提案内容に含めて問題ございませんでしょうか。もし使用しない方がよいSNSがございましたらご教示ください。	インターネット広告については、大阪IRに関する情報を知りたい方に向けて訴求するため、仕様書P6の2.（1）④で例示したGoogle、Yahoo!等の複数の媒体で配信することを想定しています。 また、トゥルービュー広告については、視聴者が望まないタイミング（動画の前段や中段）で配信されることなどより、広報本来の目的が損なわれるおそれがあるため、仕様書P6の2.（1）④に記載のとおり、実施しません。 SNS等を含む配信媒体については、上記も踏まえ、より効果的かつ適切であると考えるものを提案してください。 なお、インターネット広告に使用するバナー等の素材については、静止画・動画の指定はありません。
	10	2.(1)④のインターネット広告において「トゥルービュー広告は実施しない」とありますが、SNS（InstagramやX等）のフィード広告（静止画）や、動画ではないバナー形式のSNS広告は提案可能でしょうか。	インターネット広告については、大阪IRに関する情報を知りたい方に向けて訴求するため、仕様書P6の2.（1）④で例示したGoogle、Yahoo!等の複数の媒体で配信することを想定しています。 また、トゥルービュー広告については、視聴者が望まないタイミング（動画の前段や中段）で配信されることなどより、広報本来の目的が損なわれるおそれがあるため、仕様書P6の2.（1）④に記載のとおり、実施しません。 SNS等を含む配信媒体については、上記も踏まえ、より効果的かつ適切であると考えるものを提案してください。 なお、インターネット広告に使用するバナー等の素材については、静止画・動画の指定はありません。
	11	「トゥルービュー広告」以外の手法であれば、配信手法の一つとして動画広告をご提案させていただくことは可能でしょうか。また「トゥルービュー広告」を実施されない理由があればご教授ください。	インターネット広告については、大阪IRに関する情報を知りたい方に向けて訴求するため、仕様書P6の2.（1）④で例示したGoogle、Yahoo!等の複数の媒体で配信することを想定しています。 また、トゥルービュー広告については、視聴者が望まないタイミング（動画の前段や中段）で配信されることなどより、広報本来の目的が損なわれるおそれがあるため、仕様書P6の2.（1）④に記載のとおり、実施しません。 SNS等を含む配信媒体については、上記も踏まえ、より効果的かつ適切であると考えるものを提案してください。 なお、インターネット広告に使用するバナー等の素材については、静止画・動画の指定はありません。

該当資料	No.	質問内容（原文まま）	回答
仕様書P6 2.（1）④インターネット広告の配信	12	インターネット広告の掲載量やクリック数等について、想定しているKPIはございますか。	インターネット広告の配信については、本業務全体での費用配分も含め、応募事業者においてより効果的であると考えられる配信シミュレーション等の企画提案を求めているため、想定KPIは設定していません。 なお、審査にあたっての基準は、公募要領P8の7（2）審査基準に記載のとおりです。
	13	本事業におけるインターネット広告施策について、現時点で想定されているKPI（例：表示回数、CTR、クリック数等）がございましたらご教示ください。 未設定の場合は、成果をどのように評価されるご予定か、重視される指標についてご教示いただけますと幸いです。	
仕様書P7 2.（1）⑤特設サイトの改修	14	「年4回程度～改修」とありますが、1回のボリュームはどの程度を想定しておけばよいでしょうか。 例) 新規ページの制作等	仕様書P7の2.（1）⑤に記載のとおり、特設サイトについては、IR事業の進捗に応じて、文言の修正や項目の追加、画像・動画の差替えなどの改修を適宜行うことを想定しており、1回あたりの改修内容をあらかじめお示しすることはできません。 なお、特設サイトは1ページ完結型のランディングページとして位置付けているため、新たに別のページを作成することはありません。
	15	「年4回程度～改修」とありますが、予算内であればデザイン等を一新する事は可能でしょうか。	予算の範囲内であれば、新たなデザイン等を提案することは可能ですが、実際に変更するか否かについては、変更の程度を含め、発注者が判断することになります。
	16	改修する特設サイトは現在どのような更新システムで構築されていますか。静的で構築されている場合、改修提案によりWordPressなどの更新システムの構築は可能でしょうか。	特設サイトについては、発注者のみ接続可能な静的サーバー上に開設しており、改修する際は、受注者において修正等を加えた箇所を含む特設サイトのデータ一式をhtmlファイルで納品いただき、発注者においてアップロードしなおす形で更新しています。 したがって、動的なサーバー環境を要するWordPressなどの更新システムの構築はできません。
	17	現在の特設サイトへの流入経路（検索、SNS、直接等）の割合や、特によく閲覧されているコンテンツの傾向を教えてください。可能でしょうか？	特設サイトのアクセス数については、各広報の実施に伴い増加する傾向にありますが、流入経路の割合等の詳細な情報は、本公募において審査する企画提案の内容に直接関係するおそれがあるためお示しできません。 また、特設サイトについては、1ページ完結型のランディングページであるため、ページ内のコンテンツごとの閲覧数はお示しできません。
仕様書P7 2.（1）⑥提案事業者においてより効果が高いと考えられる広報	18	仮に「ミyakミyak」を起用したプロモーションを行う場合、使用する事は可能でしょうか。	大阪IRは民設民営の事業であり、ブランディングやプロモーションはIR事業者が行うこととなっているため、府・市が行う府民・市民の理解を深めていくための広報において、ミyakミyakを含む特定のキャラクターを使用することは想定していません。
仕様書P8 2.（2）効果測定	19	2.(2)の効果測定について、計3回の実施が求められていますが、過去年度の測定結果データは、契約締結後に詳細なローデータ（属性別クロス集計等）まで提供いただけますでしょうか。	公募要領P5の下部枠囲み部に記載のとおり、直近の効果測定の結果をはじめ、企画提案に必要な各資料については、公募開始時点から「応募申込書」及び「資料貸与申請書」の提出をもって貸与しています。 なお、契約締結後には、より詳細な過年度のデータを提供する予定です。
	20	資料貸与として提示されている『直近の効果測定結果』について、提案書作成期間中に提供いただくことは可能でしょうか？	
	21	上記の提案書作成期間中の提供が難しい場合、調査概要（人数その他のスクリーニング条件等）を教えてください。可能でしょうか？	
	22	効果測定の業務は資料貸与でお送り頂いた「調査結果」を行う想定で宜しいでしょうか。	「応募申込書」及び「資料貸与申請書」の提出をもって貸与する直近の効果測定の結果については、企画提案に必要な範囲でとりまとめたものであり、すべての測定項目や設問内容等を含むものではありません。 効果測定の実施にあたっては、契約締結後に提供するより詳細な過年度のデータも踏まえ、経年的に把握できるよう、十分に協議した上で、発注者の指示に従い、測定項目等を設定することになります。
仕様書P8 2.（3）①広報メニュー案の作成	23	2.(3)①の広報メニュー案作成において「7月頃を目途に提出」とありますが、策定にあたって府・市以外の関係機関（IR事業者等）との直接の意見交換やヒアリングの機会を設けていただくことは可能でしょうか。	広報メニュー案については、令和9年度に府・市が実施するためのものであり、仕様書P8の2.（3）①に記載のとおり、作成にあたっては府・市（IR推進局）とのみ協議を行うこととなります。
仕様書P9 2.（3）②広報内容の検討支援	24	広報支援業務の「広報内容の検討支援」において、本年度どのような検討が行われたのかご教授頂けないでしょうか。	本業務の各広報については、受注者の企画提案内容をもとに、発注者において、それぞれ実施する場所や時期、費用等の内容を検討・決定しており、受注者に対しては、その際に必要となる助言や情報提供等の支援を履行期間を通じて求めることとなります。

該当資料	No.	質問内容（原文まま）	回答
仕様書P11 4.（4）著作物の譲渡等について ほか	25	仕様書2.(4)において生成AIの使用が禁止されていますが、令和7年度以前の業務で作成された動画や画像素材を、令和8年度の広報物（交通広告、特設サイト等）に再利用することは可能でしょうか。あるいは、全ての広報物において新規の撮影・制作が求められるのでしょうか。	仕様書P11の4.（4）に記載のとおり、本業務における成果品に必要な画像、動画等の素材については、大阪IRのイメージパスを除き、すべて受注者において作成・購入等していただくことになります。ただし、仕様書P2の2.（1）①に記載のとおり、発注者が別途指示した場合は、その際に提供される広報物のデータを活用し、交通広告を実施することとしています。また、仕様書P7の2.（1）⑤に記載のとおり、特設サイトについては、契約締結後に発注者が提供する最新の特設サイトのデータ一式をもとに、発注者の指示を受け、画像・動画の差替えなどの改修を行うこととしており、新たに必要となる画像・動画等の素材については、上記と同様、大阪IRのイメージパスを除き、すべて受注者において作成・購入等していただくことになります。
公募要領P5 5（2）ク	26	「添え状」とございますが、弊社では添え状は無く、定款原本へ直接代表者の印を捺印しております。こちらでのご対応はいただけますでしょうか。もし添え状が必要とのことでしたら添え状を作成いたしますので、テンプレートとなる必須項目など教えていただけますでしょうか。	公募要領P5の5（2）ク「定款又は寄付行為の写し」については、代表者印が捺印された定款の原本ではなく、写しの提出を求めるものであり、「代表者印を押印した添え状」で代表者印が同一のものであることなどを確認することになります。「添え状」の様式について特段の定めはありませんが、年月日、宛先（大阪府知事）、差出人（所在地、商号又は名称、代表者職・氏名）、代表者印、定款の写しが原本と同様のものである旨を記載したものを、上記の写しに添えて提出してください。
公募要領P5 5（2）ケ①	27	法人登記簿謄本は、現在事項全部証明書または履歴事項全部証明書のどちらで提出でしょうか？	公募要領P5の5（2）ケ①「法人登記簿謄本」については、現在事項全部証明書・履歴事項全部証明書のいずれの提出も可能とします。
公募要領P5 5（2）枠囲み部	28	資料貸与申請の際に弊社名で「応募申込書（様式1）」を提出致しましたが、共同企業体で参加する場合「応募申込書（様式1）」を共同企業体名にして応募書類提出時に再提出する形で宜しいでしょうか。もしくは代表企業名のままでも宜しいでしょうか。	「応募申込書」及び「資料貸与申請書」の提出をもって資料の貸与を受けた者が共同企業体として応募することになった場合は、資料貸与を申請した際の応募者名で「応募辞退申出書」を提出した上で、新たに共同企業体名で「応募申込書」及び「資料貸与申請書」を提出してください。なお、「資料貸与申請書」に記載のとおり、上記の手続きが完了するまでの間は、共同企業体内での資料共有は認めません。
その他	29	府民向け説明会における来年度の実施計画等決定しているのであれば教えていただけますでしょうか？	次年度における府民向け説明会の実施計画等については、現時点で未定です。
	30	既に連携しているメディア（テレビ局のパブリシティ枠や地元紙のタイアップ枠等）はありますか？	当局として独自に連携している特定のメディアはありません。