

府民の森等プロモーション（8・山のおもてなし）業務 仕様書

（語句説明）

- ※1 **おおさか環状自然歩道**：参考資料1に示す長距離自然歩道のこと。総距離は約300km。
- ※2 **府民の森**：金剛生駒紀泉国定公園の主要な地点に府政100周年記念事業として大阪府が整備したもの。参考資料1のとおり、くろんど園地・ほしだ園地・むろいけ園地・くさか園地・ぬかた園地・なるかわ園地・みずのみ園地・ちはや園地・ほりご園地の9園地からなり、全体面積は617ha。
- ※3 **周辺山系施設**：参考資料1に示す、エキスポ'90みのお記念の森・政の茶屋園地・箕面ビジターセンター等明治の森箕面国定公園内施設、高尾山創造の森、二上山万葉の森、弘川寺歴史と文化の森、岩湧の森のこと。
- ※4 **自然公園施設**：おおさか環状自然歩道と府民の森及び周辺山系施設のこと。
- ※5 **山のおもてなし**：府民・国内観光客・インバウンドの受入れに向けて、自然公園施設の魅力や利便性の向上、安全性の確保に資する取組みの総称。

1 業務名

府民の森等プロモーション（8・山のおもてなし）業務

2 業務目的

大阪・関西万博を契機にさらなるインバウンドの増加が見込まれる中、今後の大阪市内のオーバーツーリズム対策、府内周遊観光の優良ツールとなり得る新たな観光資源が求められている。大阪府は、都市部と山地が非常に近接しており、北摂山系や生駒山系など三方を山に囲まれた地理的特性があるほか、これらの山地及び周辺地域には、古道、寺社仏閣、修験道をはじめとした信仰文化や自然・里山景観、食品・特産品など、インバウンド観光客をはじめとする様々な人々の関心を集める歴史的・文化的資源等が数多く存在し、旅行客の新たな受け皿として大きなポテンシャルを持っている。

大阪府は、令和7年度に自然公園施設の利用者ニーズ等を踏まえた自然公園全体の基本構想である「山のおもてなし基本構想」を検討するとともに、周辺山系の推奨コースを定めた「周遊モデルコース」全24コースを設定した。

本業務では、基本構想策定業務で行ったニーズ調査結果等を踏まえ、大阪府内に滞在する外国人観光客、及び自然やアウトドアに関心のある国内観光客をメインのターゲット層とする。

基本構想で定めた周遊モデルコースの全24コースのうち、メインのターゲット層に適した4コースを選定し、有識者等を対象としたファミツアーを開催し、意見を聴取する。その後、提言や課題整理を基に4コースをブラッシュアップし、動画等のプロモーションツールを作成したうえでSNS等を活用したプロモーションを行うことを目的とする。

3 契約期間

契約締結の日から令和9年3月24日（水曜日）まで

4 委託上限額

16,975,000 円（消費税及び地方消費税を含む）※本業務を実施するすべての経費を含む。

5 委託業務内容及び提案を求める事項

本業務は、次の（１）から（４）とする。なお、業務の実施にあたっては、下記の主な課題に留意して、大阪府と十分に協議・調整を行い実施すること。

【主な課題】

- 大阪府内にはすでに多くのインバウンドが訪れているが、自然やアクティビティに興味があり、旅行日程に自然体験を組み込む可能性のあるターゲット層の調査・分析及び、最適な周遊モデルコースの選定が必要。
- 選定した最適な周遊モデルコースの存在を、ターゲット層に認知してもらうため、有識者等の知見やノウハウを活かした効果的な広報手段の選定が必要。
- 周遊モデルコースを観光客が実際に旅行日程に組み込んで活用するに至るための最適なプロモーションツールの作成及び広報手段の選定が必要。

（１）現状の調査・分析及び「周遊モデルコース」のうち４コースの選定

- ・本業務では、大阪府内に滞在する外国人観光客、及び自然やアウトドアに関心を持つ国内観光客をメインのターゲット層とする。
- ・ターゲット層の現状の大阪府内での周遊状況から、「(別添) 参考資料 2 の調査結果」及び「独自のノウハウや知見等」を活かして 4 コースを選定する。
- ・4 コースは、(別添) 参考資料 3 の 24 コースのエリアのうち「北摂／箕面」、「ほしだ／生駒」「二上山・大和葛城山／金剛山・岩湧山」「犬鳴山・和泉葛城山／紀泉アルプス」から各 1 コースを選定し、うち 1 コースは大阪府内での宿泊を伴うコースとする。

(公募時点で提案を求める内容)

- ・周遊モデルコースから 4 コースを選定する。
- ・「(別添) 参考資料 2 の調査結果」及び「独自の調査結果やデータ、ノウハウや知見等」を活用した選定理由を示すこと。

【留意点】

- ・コース選定にあたっては、独自のノウハウや知見を活かして具体的に提案すること。
- ・観光や宿泊等に関するデータは、計量学的に妥当で、平易でわかりやすいものを用いること。

（２）府民の森等の新たな魅力発見やニーズを創出するための有識者等の招待及びファミツアーの開催

- ・（１）で選定した 4 コースに独自の知見やノウハウを活かしたポイント・スポットを 5 つ以上追加し、そのルートのテーマや見どころ、魅力を創出する。
- ・有識者等 3 名以上の構成で、4 コースを体験するファミツアーを開催し、課題整理とコースのブラッシュアップを行う。

- ・各コースのファミツアー実施後に、ツアー参加者全員と発注者（大阪府）が参加する意見交換会を実施する。（オンライン実施も可）

（公募時点で提案を求める内容）

- ・ファミツアー4コースの行程及び有識者を提案する。
- ・独自の知見やノウハウを活かして（1）で選定したコースに5つ以上スポットや体験内容、見どころを追加したうえでそのコースの魅力を創出し、テーマやストーリー性を加えたうえで、令和8年8月～11月頃までの実現可能なツアー行程を具体的に提案すること。
- ・日本の観光地や景勝地等の魅力発信に造詣の深い有識者等を3名以上提案すること。
なお、本事業における有識者等は以下のとおりとする。
 - 外国人観光客等向けに日本の魅力をSNS等で発信、紹介した経験のある方（1名以上）
 - インバウンド向けエージェントの経験のある方（1名以上）
 - 大阪の周辺山系の知識があり、国内の公益財団法人等が認証したネイチャーガイドの資格等を持ち、日本国内で登山ガイド等の実績のある方。（1名以上）
- ・有識者等については、ターゲット層の属性に比較的近い、もしくはターゲット層への広報や旅行案内を熟知している人物を提案し、提案理由を記載すること。

【留意点】

- ・プロモーションを行うコースは周遊モデルコースをベースとし、途中や周遊後にスポット・ポイント等に立ち寄るためのコース変更は可能とする。
- ・大阪府の自然や文化的な特徴を生かした行程にすること。
- ・現に多くの観光客が訪れている観光地のさらなる活性化だけではなく、自然の中でのアクティビティ体験や、施設・スポットを訪れることで、観光客が地域の魅力を新たに発見し、再び訪れたいと思える経験につながるよう意識した行程とすること。
- ・観光客を受け入れることが地域経済の発展に寄与するといった観点を意識すること。
- ・有識者等の経歴については、提案資料にわかりやすくまとめること。
- ・実際にファミツアーに参加することが可能な有識者を提案すること。
- ・ファミツアーの実際の開催にあたっては、各分野に合致する有識者に最低各1名ずつ参加いただき、参加者の構成に偏りがないようにすること。
- ・有識者に加え、添乗員、通訳、撮影等スタッフが別途必要な場合は、事業費の範囲内で手配して同行すること。
- ・ファミツアー参加者、添乗員等は保険に加入すること。
- ・実際に事業を実施するにあたっては、提案内容をベースに府と協議して決定すること。

（3）ファミツアーにおける有識者等の意見を基に、レポートの作成、課題整理、「周遊モデルコース」のブラッシュアップ

- ・ファミツアーの実施結果をもとに、有識者等の意見のとりまとめや、各コースのスポット等の課題整理を行い、ブラッシュアップを行う。
- ・レポートについては、大阪府ホームページでの公表を想定し、各コースの特色、有識者等の意見を、写真や図を用いてわかりやすくまとめること。

【留意点】

- ・ファムツアー開催時期以外の、季節ごとの見どころや地元開催のイベント、祭事等も考慮したうえで、最終的にプロモーションを行うコースを決定すること。
- ・ファムツアーの実施にあたっては、訪問予定の観光施設、宿泊施設、体験提供事業者等の関係先と事前に調整を行い、ツアー実施について十分な了解を得た上で実施すること。

(4) 紹介動画及びプロモーションツールの作成及び SNS 等を活用した効果的なプロモーション方策

- ・(3)で確定した4コースの紹介動画(日本語版と英語版、もしくは英語版に日本語字幕)各3分程度 ※なお、各動画は30秒程度の切り抜き版も同時に作成するものとする。
- ・各コースをそれぞれ紹介した記事やガイドマップ等のプロモーションツールを作成し、動画との相乗効果を活かした SNS 等でのプロモーションを展開する。(例: 動画のリンク先を紹介記事とする等)
- ・撮影した写真を活用し、プロモーションツールのキービジュアルを作成する。
- ・上記以外に、独自の知見やノウハウを活かしたプロモーション施策を1つ以上実施する。
- ・プロモーションの成果目標数の設定及び効果測定を実施する。

(公募時点で提案を求める内容)

- ・(2)で提案する4コースのうち任意の1コースを選び、動画のラフイメージ(絵コンテ等)を提案する。
- ・4コースのプロモーションツールと動画との相乗効果を活かした SNS 等でのプロモーション方策を提案すること。(例: 動画のリンク先用の紹介記事、ガイド等の作成)
- ・上記以外に独自の知見やノウハウを活かしたプロモーション施策を1つ以上提案すること。
- ・効果的なプロモーションを実施するための手法及び企画内容(対象、手法、時期、回数等)、成果目標(プロモーション件数等)、効果測定方法について、独自の知見やノウハウを活かして、具体的に提案すること。

【留意点】

- ・動画及びプロモーションツールは、ストーリー性やデザイン性に優れ、ターゲット層の行動・傾向を踏まえ、ターゲット層が実際に足を運びたいような工夫をすること。
- ・動画は YouTube 等動画共有プラットフォームや Instagram 等の SNS に掲載することを想定した規格とする。
- ・動画及びプロモーションツールの作成に際し、個人情報保護法、著作権法等の各種法令を遵守すること。
- ・作成する紹介記事やガイドマップ等のプロモーションツールは、大阪府のホームページや SNS に掲載することを想定している。ただし、データ容量等に制限があるため、大阪府の指示に従うこと。
- ・プロモーションツールは、印刷物としても活用することを想定したデザイン、規格とすること。
- ・大阪府の既存 SNS アカウントの活用については、特定の事業専用ではないことから、所管課との協議が必要となる。

- ・ SNS アカウント等の新規開設を前提とした広報は、事業期間終了後のアカウント等の維持管理方法についても考慮した内容とすること。
- ・ (2) の有識者等が有する SNS アカウントを活用した提案も可とする。ただし、景品表示法等関係法令を遵守し、いわゆるステルスマーケティングにならないよう注意すること。
- ・ 「独自の知見やノウハウを活かしたプロモーション施策」については、イベント開催や、広告掲載、他団体（例：観光協会や DMO）と連携したプロモーション等の提案も可とする。いずれも契約金額の範囲内での実施とする。ただし、実現性を確認したうえで提案すること。
- ・ 受注者は、取材対象物の管理者に対し、インターネット等で公開する旨を事前に説明し、同意を得た上で撮影等の許可を得るものとする。なお、許諾が必要な場合の手続きは、原則として受注者が行うものとする。
- ・ 業務の実施にあたり、写真・動画等の成果物に人物が含まれる場合には、肖像権、プライバシー権等の第三者の権利を侵害しないよう十分留意し、必要な承諾等の権利処理を受託者の責任において行うこと。

6 業務全体にかかる留意点

- ・ 受託事業者は、契約締結後、業務の実施に際しては、大阪府の指示に従うこと。
- ・ 受託事業者は、業務の具体的な内容については、適宜、大阪府と協議または打合せの上で決定すること。
- ・ 受託事業者は、契約締結後、業務の実施体制に基づく責任者を指定し、大阪府に報告すること。
- ・ 受託事業者は、契約期間全体を通して、業務を実施していく上で十分な運営体制を整備するとともに、業務開始時までに業務実施計画書を大阪府に提出すること。
- ・ 業務実施状況については、大阪府に随時報告すること。
- ・ 事業実施に係る経費の一切は受注者の負担とする。

7 業務スケジュール

日時	事業内容
令和8年7月上旬	○業務開始 ○ファムツアー企画等開始
}	
令和8年8月中旬	○有識者移動日程等、ファムツアー企画等の確定 ○4コースのファムツアー開始
}	
令和8年10月下旬まで	○4コースのファムツアー終了・意見交換会の開催
}	
令和8年11月上旬頃	○レポート報告、プロモーション協議、動画・プロモーションツール作成開始
}	
令和9年1月15日（金）	○府 HP 用ファムツアーレポート報告概要データの提出
}	
令和9年2月下旬頃	○動画・プロモーションツール納品、SNS キャンペーン開始
}	
令和9年3月24日（水）	○業務完了

8 成果品の提出

受託事業者が大阪府に提出する成果品は以下のとおりとする。

(1) ファムツアー開催結果のレポート

受託事業者は、令和9年1月15日（金曜日）までに、ファムツアーレポート報告の概要データを大阪府のホームページ掲載用に作成し、大阪府に提出すること。（詳細は、別途受託事業者に指示する。）なお、成果品は、印刷物のほか、電子データでも提出すること。

(2) 報告書及び動画、プロモーションツールのデータ

受託事業者は、業務終了後、完了届とともに「報告書」「報告書の概要版」「動画」「プロモーションツール」とともに、実施した調査・分析等（印刷物・データ等）一式を、大阪府に提出すること。（詳細は、別途受託事業者に指示する。）なお、動画はmp4形式ファイルで提出すること。写真については、JPEG形式ファイルで提出すること。プロモーションツールについては、ai形式ファイル、およびPDF形式の電子データでも提出すること。なお、当該電子データは、今後大阪府において、ホームページ等で自由に、且つ無償で利用することができるものとする。

※スケジュール途中での会議、打合せ等に使用する資料については、事前に大阪府と協議の上、提出すること。

9 著作権等の取扱い

- ・成果品に関する著作権、著作隣接権、商標権、意匠権及び所有権（以下「著作権等」という。）は大阪府が保有する。なお、受託事業者は、本業務の成果品に関して著作者人格権を行使しないものとする。
- ・成果品に含まれる受託事業者または第三者が権利を有する著作権等（以下「既存著作物」という。）の著作権等は、個々の著作者に帰属する。
- ・納入される成果品に既存著作物が含まれる場合は、受託事業者が当該既存著作物の使用に必要な費用の負担及び使用許諾契約等に係る一切の手続きを行う。
- ・発注者は、成果品を自由に利用、改変、再配布する権利を有する。
- ・受注者は、発注者に成果品の対価を請求できない。

10 再委託について

採択された委託業務の一部（詳細調査等）について再委託を行う場合には、あらかじめ再委託先、業務範囲、必要性、金額、履行体制に関する事項を記載した計画書を提出し、大阪府の承認を得ること。ただし、次に該当する場合は、再委託を承認しない。

- ・業務の主要な部分を再委託すること。
- ・契約金額の相当部分を再委託すること。
- ・公募型プロポーザルにおける他の入札者に再委託すること。
- ・随意契約によることとした理由と不整合を生じる再委託をすること。

11 その他

委託業務を実施するにあたり、本仕様書に明示なき事項及び疑義が生じたときは、大阪府と受託

事業者で協議の上、業務を遂行すること。

【参考 URL】

- ・大阪府の自然公園
<https://www.pref.osaka.lg.jp/o120030/midori/midori/g07-kouen.html>
- ・大阪府民の森（北河内、中河内）
<https://o-wonderforest.com/>
- ・ちはや園地
<https://osaka-midori.jp/mori/index.html>
- ・ほりご園地（紀泉わいわい村）
<https://funny-hearth.jp/>
- ・エキスポ'90 みのお記念の森・政の茶屋園地・箕面ビジターセンター等明治の森箕面国定公園内施設
<https://www.pref.osaka.lg.jp/o120150/hokubunm/youkoso/minoh-access.html>
<https://www.pref.osaka.lg.jp/o120150/hokubunm/youkoso/mino-vc.html>
- ・高尾山創造の森
<https://www.city.kashiwara.lg.jp/docs/2020110200013/>
<https://www.pref.osaka.lg.jp/shigotosangyou/sangyoujouhou/nouringyou/chuubu/midori/souzounomori/index.html>
- ・二上山万葉の森
https://taishi-kankou.jp/guide/pdf/nijozan_map_omote2407.pdf
https://taishi-kankou.jp/guide/pdf/nijozan_map_ura2407.pdf
- ・岩湧の森
<https://www.city.kawachinagano.lg.jp/site/shiki/>