

## 水都大阪ブランディングに関する委託業務 仕様書

### I 業務の概要

#### (1) 業務名

水都大阪ブランディングに関する委託業務

#### (2) 業務の趣旨・目的

水都大阪コンソーシアム（以下、SOC）は、2017年に設立し「水と光のまちづくり推進会議」により示された「水と光のまちづくり推進に関する基本方針」に基づき、「水と光の首都大阪」の実現に向けた事業を実施し、大阪の都市魅力の向上に寄与する取組みを進めています

また、2025年の大阪・関西万博開催期間中には、国内外から多くの方々が大阪を訪れ、万博会場のみならず、街ににぎわいをもたらしました。そのような状況のもと、2020年に策定した「水都大阪ビジョン」が期限の到来を迎えることから、万博の理念「いのち輝く未来社会のデザイン」を継承しながら、2030年の統合型リゾート施設（大阪IR）開業、2031年のなにわ筋線の開通による国内外からの人の流れの変化に対応し、大阪を世界でもユニークな持続可能な水の都として磨き上げ、次世代につないでいくことを目指し、令和8年2月に「水都大阪ビジョン2030」を策定したところであります。

「水都大阪ビジョン2030」では、「持続可能な共創の水辺 水都大阪」を掲げて、水辺魅力の創出や舟運活性化に資する空間・環境整備など水の回廊のさらなる活性化等の取組みを進めていくことが重要です。2026年は「水都大阪ビジョン2030」のスタート年として、5か年の戦略の方向性を定め、実行の第一歩を踏み出すため、水都大阪のブランド戦略の策定と戦略に基づいた水都大阪の普及推進の実行手法について企画提案を募集いたします。

#### 【参考】

・SOC ホームページ

<https://www.suito-osaka.jp/>

・水都大阪ビジョン 2030 (2026年2月)

<https://www.suito-osaka.jp/info/news/4757/>

・SOC:「水と光の首都大阪」の実現のため、平成 29 年に大阪商工会議所、公益社団法人関西経済連合会、一般社団法人関西経済同友会、大阪府、大阪市、公益財団法人大阪観光局、大阪シテイクルーズ推進協議会で構成する公民共通のプラットフォームとして設立した組織

#### (3) 契約期間

契約締結日から令和 9 年3月31日（水曜日）まで

#### (4) 委託上限金額

25,000,000円（消費税及び地方消費税を含む）

## 2 委託業務概要

本業務は、「水都大阪ビジョン 2030」に基づき、水辺空間や舟運などの都市資源を活かした都市ブランドの確立に向けて、ブランド戦略の策定から体験価値の設計、情報発信、実証事業の実施および効果検証までを一体的に実施するものである。

特に、本業務において実施する事業は、単なるイベントの実施にとどまらず、水都大阪のブランドコンセプトを体現する「体験の場」として位置づけ、来訪者の回遊・滞在・参加および情報発信を促進するとともに、その効果を検証し、今後の施策展開およびブランド戦略の高度化につなげることを目的とする。なお、主な業務は以下のとおりとする。

- ① ブランド戦略の企画立案
- ② ブランド強化に向けた情報発信の実施
- ③ ブランド強化に向けた実証事業の実施
- ④ 効果検証および改善提案

### (1) 委託業務内容及び提案を求める事項

#### ① ブランド戦略の企画立案

本業務におけるブランド戦略の企画立案は、「水都大阪ビジョン 2030」に基づき、水辺空間や舟運等の都市資源を活かした水都大阪の魅力や価値を整理・再定義し、国内外に向けた持続的な都市ブランドの確立に資する基本的な考え方を構築するものである。

企画立案にあたってはターゲット分析に基づき、水都大阪の独自性やストーリー性、存在価値を明確にした上で、ブランドコンセプトを策定すること。また今後の施策全体の基盤となるブランド表現を開発し、表現に関する方針を策定すること。加えて、ブランドの持つ価値を効果的にターゲットに伝えるため、各種媒体やイベント・プロモーション等を活用した情報・コミュニケーション戦略を立案すること。

#### ア 業務内容

- ・現在および今後の社会に向けて水都大阪が提供できる魅力や価値の整理・再定義
- ・水都大阪の特性（水辺、舟運、都市空間等）の整理
- ・水都大阪をアピールするターゲットの分析（国内外の来訪者、大阪市民・府民の属性・ニーズ分析）
- ・ブランドコンセプトの策定
- ・ブランドコンセプトに基づく表現の開発と方針の策定（ビジュアル、コピー、各種表現の使用に関する指針等）
- ・ブランドコンセプトに基づく各種媒体やイベント・プロモーション等を活用した情報・コミュニケーション戦略の立案
- ・中長期的なブランド育成を見据えたブランド戦略の立案

#### イ 実施にあたっての留意事項

- ・業務の趣旨・目的を正しく理解し、「水都大阪ビジョン 2030」との整合性を確保したブランド戦略とすること。
- ・ブランド戦略は中長期的な視点に立ち、水都大阪の独自性および持続可能性を踏まえた内容とすること。
- ・水都大阪の特性（水辺空間、舟運、都市空間等）を的確に整理し、他都市との差別化が図られる内容とすること。
- ・ターゲット設定にあたっては大阪市民・府民のみならず、国内外の多様な来訪者を鑑みた上で設定すること。
- ・提案内容については、SOC と協議・調整の上決定するものとし、必要に応じて内容の変更や追加等を求めることがある。

#### 【提案を求める事項】

- ・ターゲット分析および水都大阪の特性を踏まえたブランドコンセプトについて、現時点で想定される考え方や具体的な内容を提案してください。
- ・ブランドコンセプトに基づく表現や方針（ビジュアル、コピー、コミュニケーションの方向性等）について、現時点で想定される手法や考え方を具体的に提案してください。
- ・現時点で想定される中長期的なブランド育成の基本的な考え方および方向性について、具体的に提案してください。

#### ② ブランド強化に向けた情報発信の実施

本業務における情報発信は、ブランド戦略に基づき、水都大阪の魅力や体験価値を国内外に継続的かつ効果的に伝えるとともに、ターゲットの来訪や回遊、情報発信等の行動につなげること、また地域の事業者や水都大阪に関心を持つ方々との双方向コミュニケーションを実施し、ブランド力向上に寄与することを目的とする。

ブランドの世界観を体現するような特設サイトおよび SNS 等を連動させた情報発信基盤を構築し、継続的なブランド認知・ブランドイメージの向上および発信の拡大を図ること。また双方向コミュニケーションのプラットフォームとしても機能させること。

#### ア 業務内容

- ・①のブランド戦略に基づくとともに、③の実証事業とも連動するブランド特設サイトの制作および管理・運用（ブランドストーリーの発信、多言語対応等）
- ・①のブランド戦略に基づくとともに、③の実証事業とも連動する SNS 等コンテンツの企画・制作・運用（継続的な情報発信および拡散促進）
- ・各種媒体および PR 手法を活用した情報発信の実施
- ・ブランド戦略を発信するフォーラム等の開催

#### イ 実施にあたっての留意事項

- ・特設サイトは、地域の事業者や水都大阪に関心を持つ方々との双方向コミュニケーションのプラットフォームとなるよう設計を工夫すること。
- ・業務の趣旨・目的を正しく理解し、水都大阪ビジョン 2030 の実現に向けて、ブランド戦略と整合した情報発信を行うとともに、水辺空間や舟運等の魅力向上につながる内容とすること。
- ・情報発信にあたっては、大阪府市が実施する関連事業と連携し、相互に効果を高めるような発信内容および手法とすること。
- ・特設サイト、SNS、イベント等を連動させ、単発的な広報にとどまらず、継続的かつ拡散性の高い情報発信となるよう工夫すること。また多言語対応への工夫を行うこと。
- ・来訪者による情報発信（SNS 投稿等）を促進し、効果的な情報拡散につながる仕組みを構築すること。
- ・情報発信の内容および実施方法については、提案内容をもとに SOC と協議・調整の上決定するものとし、必要に応じて内容の変更や追加等を求めることがある。

#### 【提案を求める事項】

- ・①のブランド戦略に基づくとともに、③の実証事業とも連動するブランド特設サイトについて、ブランドコンセプトや体験価値を体系的に伝えるための構成（ストーリー設計、多言語対応等）及び運用方針を具体的に提案してください。
- ・①のブランド戦略に基づくとともに、③の実証事業とも連動する SNS 等を活用した情報発信について、ターゲット設定、コンテンツ企画、発信方法および来訪・回遊・投稿等の行動につなげる仕組みを具体的に提案してください。

#### ③ ブランド強化に向けた実証事業の実施

本業務における実証事業は、策定したブランド戦略および体験設計に基づき、水都大阪の魅力を実際の場で体現することを通じて、その魅力をターゲットに伝えることを目的として実施するものである。

実施にあたっては、単なる集客イベントにとどまらず、水辺空間や舟運等の特性を活かした体験価値を提供し、来場者の回遊・滞在・参加および情報発信を促進すること。また、応募提案金額の5割以上を実証事業に充てること。

#### ア 業務内容

- ・①のブランド戦略に基づくとともに、②の情報発信とも連動する実証事業（秋季および秋季以降）の企画・運営
- ・水辺空間や舟運を活用した体験型コンテンツの実施
- ・来場者の回遊・滞在・参加を促進する仕掛けの実装
- ・安全管理および運営体制の構築
- ・効果検証に資するデータの取得

## イ 実施にあたっての留意事項

- ・実証事業を行う際には、水都大阪ビジョン 2030 における重点エリア（東西軸と水の回廊の結節点）を必ず含むこと。
- ・実証事業の実施回数や実施期間については、複数回あるいは一定期間に渡って設定すること。
- ・本事業は①のブランド戦略の実証の場であることを踏まえ、ブランドコンセプトとの整合性を確保した内容とすること。
- ・単なる集客を目的とするのではなく、②の情報発信と連動し、来場者の回遊、滞在、参加および情報発信につながる事業とすること。
- ・水辺空間や舟運等の特性を最大限活かした内容とし、水都大阪ならではの体験価値を創出すること。
- ・来場者による情報発信（SNS 投稿等）を促進し、情報の拡散につながる仕組みとすること。
- ・安全管理および危機管理体制を十分に構築し、関係機関と連携の上、適切な運営を行うこと。
- ・関係団体、地域事業者等と連携し、エリア全体の賑わい創出につながる取組とすること。
- ・効果検証に必要なデータが取得できるよう、事前に計測方法を設計し、適切に実施すること。
- ・提案内容については、SOC と協議・調整の上決定するものとし、必要に応じて内容の変更や追加等を求めることがある。

### 【提案を求める事項】

- ・①のブランド戦略に基づくとともに、②の情報発信とも連動するブランド戦略を体現する実証事業のコンセプトおよび具体的な実施内容について提案してください。
- ・水辺空間や舟運を活用した体験型コンテンツについて、来場者の回遊、滞在、参加、情報発信等を図り、促進する仕掛けを含め、具体的に提案してください。
- ・安全管理および運営体制について、実現可能性の高い具体的な内容を提案してください。

## ④ 効果検証および改善提案

本業務において実施するブランド戦略、情報発信および実証事業（イベント等）について、その効果を適切に把握・分析し、今後のブランド戦略の高度化および施策展開につなげるための効果検証を実施する。

### ア 業務内容

- ・ブランド認知・理解・行動変容につながる評価指標（KPI）の設定（来場者数、満足度、回遊性、舟運利用、Web 閲覧数、SNS 発信等）
- ・来場者および情報接触者の属性・行動データの収集・分析
- ・課題の抽出および改善方策の整理
- ・今後の施策およびブランド戦略の高度化に向けた提案

#### イ 実施にあたっての留意事項

- ・効果検証の手法および考え方について具体的に提案すること。
- ・アンケート調査を実施する場合は、国内外問わず幅広い世代を対象とし、多くの回答が得られる手法（オンライン、現地回収等）を提案すること。
- ・来場者数の把握に努めるとともに、契約後に発注者と協議の上、目標値を設定すること。
- ・効果検証に必要な情報収集は、業務実施前、実施中、実施後の各段階において適切に行うこと。
- ・調査・分析結果を踏まえ、今後のブランド戦略および実証事業に対する課題と対応策を整理すること。
- ・上記内容については、最終的に報告書として取りまとめ、発注者に提出すること。
- ・発注者の求めに応じて、適宜進捗および分析結果の報告を行うこと。

#### 【提案を求める事項】

- ・効果検証の手法および考え方について、評価指標（KPI）の設定、データ収集・分析方法、来場者の行動変容につながるデータ（回遊、滞在、舟運利用、情報発信等）の把握手法、ならびに検証結果の活用方法を含め、具体的に提案してください。

#### (2) 運営体制・全体スケジュール等作成業務

上記①～④の業務内容について、事業委託期間内に計画的かつ効率的に進行できるよう計画を立てて進行管理を行うこと。詳細については、着手前に SOC と協議すること。

なお、①～④の各業務スケジュールについては、以下を基準とすること。

- ・①は 2026 年 9 月末を目途に完了させること。
- ・②は 2026 年 10 月内より運用を開始すること（可能ならば、より早期に開始しても構わない）。
- ・③の秋季実証事業については 10 月内に開始すること。秋季以降の実証事業実施時期についてもスケジュールとして明記すること。
- ・④については 2026 年末までに中間検証を行い、一旦、改善提案を行うこと。最終的な効果検証および改善提案は 2027 年 3 月末までに行うこと。

#### 【留意点】

- ・提案内容と費用配分が適切であること。特に実証事業には必ず応募提案金額の 5 割以上を充当すること。
- ・業務の遂行にあたっては、SOC と週 1 回を基準に定期的な協議を行うこと。ただし、実際の協議実施頻度については SOC と調整の上、決定すること。
- ・業務実施スケジュールは、実現可能なものを提案すること。
- ・本業務を円滑かつ適切に実施するために必要なスキルと経験を有する人員を配置すること。
- ・環境に配慮したイベント運営・実施を計画すること。
- ・雨天や災害時など、緊急事態発生時の体制を提案すること。

#### 【提案を求める事項】

- ・本業務を円滑に遂行できる全体スケジュールを提案してください。
- ・計画的かつ効率的に遂行できる運営体制および進行管理について提案してください。
- ・①～④の各々に応募提案金額のどれだけを配分するのか、またその意図を記載してください。

### 3 委託業務実施上の留意点

- ・受託者は、契約締結後、事業の実施及び業務の具体的な内容について、SOC と協議の上で決定すること。
- ・受託者は、契約締結後直ちに事業の実施体制に基づく責任者を指定し、SOC へ報告すること。
- ・受託者は、事業開始時までに業務実施計画書を SOC に提出すること。
- ・事業実施状況については、SOC に随時報告すること。

### 4 成果物の提出

受託者は、事業終了後、事業完了報告書及び成果物を提出するとともに、本事業で実施した調査・分析等（印刷物・データ等）一式を、契約期間内までに SOC に提出すること。（詳細は、別途受託者に指示する。）なお、成果物は、印刷物の外、PDF ファイル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 SOC において、ホームページ等で自由に利用することができるものとする。

### 5 著作権等の取り扱い

- ・成果物に関する著作権、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 SOC が保有する。
- ・成果物に含まれる受託者又は第三者が権利を有する著作物等（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。
- ・納入される成果物に既存著作物が含まれる場合は、受託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を行う。

### 6 再委託について

採択された委託事業の一部（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、SOC 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。

- ア 業務の主要な部分を再委託すること。
- イ 契約金額の相当部分を再委託すること。
- ウ 公募型プロポーザルにおける他の入札参加者に再委託すること。
- エ 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。

### 7 その他

委託事業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、SOC と受託者で協議の上、業務を遂行すること。