

「水都大阪ブランディングに関する委託業務」に係る質問と回答

令和8年5月8日

該当業務	No.	質問内容	回答
① ブランド戦略の企画立案	1	本業務では「持続可能な共創の水辺 水都大阪」の実現に向けたブランディングと発信が求められています。今回のプロモーションや実証事業において、SOC 様が特に重点的に関心を持たれている層(例:若年層、ファミリー層、大阪 IR 等の将来を見据えたインバウンド層など)があれば、企画の方向性を検討する上での参考にさせていただきたく、ご見解をお聞かせください。	ご質問の内容については、ご提供した資料を参考にブランド戦略案としてご提案ください。最終的なブランド戦略については、受託事業者が決定した後、SOC と協議していきます。
	2	本事業における主たる対象区分について、最も重点的に行動変容を促す対象を1つ想定する場合、以下のうちどれに該当しますでしょうか。 <ul style="list-style-type: none"> ・大阪市内在住者 ・大阪府内在住者(市外) ・関西圏在住者 ・国内来訪者(関西圏外) ・訪日外国人 ・その他(具体的にご教示ください) 	
	3	本事業における主たる年代層について、最も重視する年代層を1つ想定する場合、以下のうちどれに該当しますでしょうか。 <ul style="list-style-type: none"> ・10代 ・20代 ・30代 ・40代 ・50代以上 ・特定の年代は設けていない 	

該当業務	No.	質問内容	回答
① ブランド戦略の企画立案	4	<p>本事業で最も優先的に促す行動を1つ想定する場合、以下のうちどれに該当しますでしょうか。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・来訪(現地に来ること) ・回遊(複数地点を回ること) ・滞在(一定時間過ごすこと) ・消費(飲食・購買等) ・情報発信(SNS投稿等) ・その他(具体的にご教示ください) 	<p>ご質問の内容については、ご提供した資料を参考にブランド戦略案としてご提案ください。最終的なブランド戦略については、受託事業者が決定した後、SOCと協議していきます。</p>
	5	<p>本業務におけるブランディングの推進にあたり、水都大阪ブランドを構成する要素(例:にぎわい、認知、観光目的地としての価値等)の中で、特に強化を図りたい観点や優先される要素がございましたらご教示いただけますでしょうか。</p>	
	6	<p>本業務において、施策やアクティビティの認知向上に重点を置かれているのか、あるいは体験価値の向上や来訪・利用促進といった行動変容までを重視されているのか、現時点での想定がございましたらご教示いただけますでしょうか。</p>	
	7	<p>想定されている具体的な対象(市民・来訪者・事業者など)に関しまして、期待されるそれぞれの関わり方のイメージがございましたらご教示いただけますでしょうか。</p>	
	8	<p>ビジョンに記載されている課題のうち、現時点で特に解決が進んでいない、もしくは優先的に対応が必要と認識されている事項がございましたらご教示ください。また、民間委託において、課題解決の中でも特に期待されている領域がございましたらご教示ください。</p>	

該当業務	No.	質問内容	回答
② 情報発信の実施	9	仕様書「6.(2)② ブランド強化に向けた情報発信」における「ブランド特設サイト」についてです。既存の水都大阪公式サイトとの役割分担や、連携に関するシステム面(ドメインやサーバー環境など)において、遵守すべき規定や推奨される仕様等は設けられていますでしょうか。	ブランド特設サイトは、ブランド戦略に特化したサイトとしてご提案ください。システム面における規定や仕様等については、受託事業者が決定してからの調整事項となります。
	10	ブランド特設サイトについて「多言語対応等」とありますが、必須とされる具体的な言語(英語、中国語[簡体・繁体]、韓国語など)の指定はありますか。	特に指定はありませんが、水都大阪コンソーシアム HP は英語、中国語(簡体・繁体)、韓国語に対応しております。
	11	本事業における SNS の位置づけについて、主たる目的としてはどちらを重視されていますでしょうか。 ・情報発信(広報) ・来訪・回遊・投稿等の行動誘導 あわせて、評価において重視される指標があればご教示ください。	SNS の位置づけはブランド戦略によって決定されると考えておりますので、ご質問の内容はご提供した資料を参考にご提案ください。受託事業者が決定した後、SOC と協議していきます。
	12	広告運用の可否について、SNS 等における広告出稿は可能でしょうか。また、可能な場合、広告費を本事業の予算として計上することは認められていますでしょうか。	SNS 等における広告出稿は可能です。
	13	情報発信を効果的かつ継続的に行うにあたり、SNS 広告(ターゲティング広告等)の実施を想定しています。これらの広告出稿にかかる費用は、委託上限金額(25,000,000 円)の範囲内に含める想定でよろしいでしょうか。	広告出稿で発生する費用は委託上限金額に含まれます。

該当業務	No.	質問内容	回答
② 情報発信の実施	14	SNS 運用における投稿にあたっての承認フロー(事前確認の有無や段階)についてご教示ください。また、イベント当日等におけるリアルタイムでの投稿は可能でしょうか。	投稿にあたって、原則的に事前確認は実施しますが、具体的な承認フローやリアルタイムでの投稿については、受託事業者が決定してからの調整事項となります。
	15	SNS・情報発信について、本業務において既存アカウントを引き継いで運用・改修する想定か、あるいは全く新しい特設サイト・アカウントを新規開設する想定かご教示ください。	SNS については既存アカウントを活用して運用する想定です。運用方針の見直しや再設計についてのご提案は可能です。
	16	水都大阪の公式 SNS アカウントが既に存在していると認識しておりますが、本事業においては当該アカウントを活用・引き継いで運用する想定でしょうか。それとも、本事業として新たにアカウントを設計・運用する前提となりますでしょうか。また、既存アカウントを活用する場合、運用方針の見直しや再設計(コンテンツ・ターゲット・KPI の再設定等)まで含めて提案することは可能でしょうか。	
	17	本委託業務の契約期間は令和 9 年(2027 年)3 月 31 日までとなっておりますが、構築した特設サイトや SNS アカウントの 4 月以降の運用・保守・サーバー費用等の扱いはどのようになりますでしょうか。引き継ぎ等の要件があればご教示ください。	2027 年 4 月以降の運用・保守・サーバー費用等は本業務には含まれません。引継ぎ要件等については受託事業者が決定してからの調整事項となります。

該当業務	No.	質問内容	回答
③ 実証事業の実施	18	仕様書「6.(2)③ 秋季実証事業」および各実証事業の記載において、「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」とされています。本業務における実証事業の実行回数および期間の設定にあたり、SOC 様として想定されている具体的な規模感や開催頻度の目安があればご教示いただけますでしょうか。	規模感や開催頻度については、ブランド戦略に紐づくかたちでご提案ください。
	19	実証事業(秋季および秋季以降)について、10月以内に開始することとありますが、「秋季」として想定されている具体的な期間(何月～何月まで)をご教示ください。	実証事業の開始は10月内ですが、秋季期間としては概ね10月～11月を想定しております。
	20	実証事業の実施工エリアについて「東西軸と水の回廊の結節点」を必ず含むこととありますが、2か所とも含める必要があるでしょうか。	「東西軸と水の回廊の結節点」は、原則2か所とも含めてください。
	21	実証事業を水辺空間で実施する際、空間の占用許可や周辺施設との調整等に関し、SOC 様から支援や調整が可能な範囲、または事前に定められている共通のフローやルールはございますでしょうか。	水都大阪コンソーシアム HP の「事業者向け情報」の中に「水辺活用ナビ<水都大阪版>」を掲載しておりますので、ご参照ください。なお、河川占用許可や各種関係機関への申請・許認可手続きについては、SOC も適宜サポートいたします。
	22	水辺空間や舟運を活用した事業を実施するにあたり、河川占用許可や各種関係機関への申請・許認可手続きが必要になると想定されます。これらの手続きについて、SOC 様あるいは構成団体(大阪府、大阪市等)からのサポートや調整のスキームはございますでしょうか。	

該当業務	No.	質問内容	回答
③ 実証事業の実施	23	舟運を活用した体験型コンテンツの実施にあたり、既存のクルーズ事業者や地域事業者との連携は必須でしょうか。また、連携が必要な場合、SOC 様から事業者の紹介等のご協力はいただけますでしょうか。	舟運を活用した体験型コンテンツであれば、クルーズ事業者や地域事業者と連携せずに実施することは困難と考えます。受託事業者が決定後、SOC から事業者をご紹介することは可能です。
	24	仕様書「6.(2)③」にある実証事業などにおいて、多様な主体が水辺に関わる「共創の場」の形成が想定されています。SOC 様が現在、水辺空間の活用や事業者連携において、特に強化・発展させたい領域やテーマ(環境配慮、スポーツ、アート・カルチャーなど)はございますでしょうか。	実証事業において、ブランド戦略に紐づくかたちでご提案ください。
	25	これまで実施されている、もしくは現在実施中のイベントで継続が決まっている(もしくは継続で考えている)イベントがありましたらお教えください。	今年度の予定としては、26年冬(11月上旬～1月末)にライトアップ事業「中之島 EAST 水辺の散歩道」、27年3月に「八軒家浜水辺の憩いの広場」を実施する予定です。

該当業務	No.	質問内容	回答
④ 効果検証および改善提案	26	本業務における成果評価について、来訪者数や利用者数等の定量的な指標と、ブランド価値やイメージ向上といった定性的な側面のうち、特に重視される観点がありましたらご教示ください。	ブランド戦略の進捗をはかるうえで効果的な定量または定性指標をご提案ください。
	27	仕様書「6.(2)④ 効果検証と改善提案」に関連し、2026年度における効果検証の実施が求められています。「水都大阪ビジョン 2030」のスタート年として、特に重視される成果指標（Web サイトへのアクセス数、情報拡散数、イベントへの参加人数、新規の利用者比率など）や、SOC 様が設定されている目標値等の考え方があればご教示いただけますでしょうか。	
	28	<p>ブランディングにおける最終目標および評価軸について、本事業では複数の成果（認知、来訪、回遊、発信等）が想定されていると認識しておりますが、最も重視する成果指標を1つ設定する場合、どの指標を想定されていますでしょうか。また、可能であれば以下についてもご教示ください。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・重視する指標の優先順位（例：来訪 > 認知等） ・評価における考え方 	

該当業務	No.	質問内容	回答
④ 効果検証および改善提案	29	効果検証における KPI 設定にあたり、参考にすべき過去の類似事業(イベント等)のデータ(来場者数、経済波及効果、SNS エンゲージメント等のベースライン)は開示いただけますでしょうか。あるいは、本事業でゼロベースで目標値を設定すべきでしょうか。	現在ご提示できる情報については、HP 等で公開している情報と、説明会参加事業者に送らせていただいた資料がすべてです。類似事業のデータがある場合は、受託事業者に対して開示できる範囲でご提示するようにいたします。
	30	これまでの関連事業における効果検証やラーニング(成功事例・課題事例等)がございましたら、本業務の検討にあたり共有可能な範囲でご教示いただけますでしょうか。	
	31	来場者の回遊や滞在、情報接触者の属性・行動データの収集において、位置情報データ(GPS や Wi-Fi など)を用いた定量調査やアンケート調査への謝礼を想定した場合、これらのツール利用費や謝礼等も委託上限金額に含めるという認識でよろしいでしょうか。	定量調査やアンケート調査で発生するツール利用費や謝礼も委託上限金額に含めます。
	32	2026 年末までに実施する『中間検証』において、どの程度の粒度の報告が求められますでしょうか(速報値でのレポート、詳細な分析データを含む報告書など)。また、報告会の実施有無についてもご教示ください。	中間検証におけるデータは、速報値でのレポートを想定しております。また、SOC に対する報告会を実施いただきたいと考えております。