

令和3年度 大阪中之島美術館オープンおよび大阪市博物館機構の
戦略的な情報発信事業にかかる業務委託 公募型プロポーザル

質問に対する回答

令和3年6月3日

地方独立行政法人大阪市博物館機構

質問No.	書類名	ページ数等	質問内容	回答
1	仕様書	2ページ 4. 業務内容 (2)	「オンライン展開独自の全体プランニングを行うこと」とありますが、今回の要件にホームページの更新などについては含まれていません。SNS関係独自のみと考えてよいでしょうか？	仕様書「4. (2)」に記載のとおり、オンライン広報における委託業務の内容は、SNS運用全般とWeb広告運用となります。ホームページの制作更新業務は範囲外となります。
2	仕様書	2ページ 4. 業務内容 (2)	「アウトプット指標、アウトカム指標など進捗管理する数値目標(KPI)を設定すること」とありますが、数値目標(KPI)は独自で設定してよろしいもののでしょうか？それとも、最終的にはご指示いただけるのでしょうか？	仕様書「4. (2)」に記載のとおり、提案者で設定してください。
3			【契約期間について】 期間は令和3年9月頃～令和4年3月となっていますが、準備にかかる時間やクリエイティブの作成の期間は含まれますか？	仕様書「3. 」に記載のとおり、本委託業務の履行期間は「契約締結日から令和4年3月31日まで」となります。
4	仕様書	4ページ 8. その他 (4)	感染拡大や災害発生に伴う事業自体の延期などが発生した場合は契約期間も延びるとの認識で良いのでしょうか？	現時点において、事業の延期は想定していません。
5	仕様書		プレオープン期の来場対象者は決まっているのでしょうか？(限定招待客のみの案内か？広域に案内するのか？など)また、その集客方法のご提案も含めるといふことでよろしいのでしょうか？	関係者向けのプレビューを予定していますが、最終決定するのは12月頃となります。実施の場合は本委託業務の範囲外となります。
6	仕様書	3ページ 5. 留意事項 (7)	コンテンツ著作権処理とはつまり、選定事業者が自ら著作者に著作物使用許諾を取り、著作権料の支払いをするまでの業務を指しますか？	お見込みのとおりです。
7	仕様書	1ページ 4. 業務内容 (1)	「広報展開時期」について、2月2日が開館日ですが、 ①プレオープン期(令和3年9月頃～11月頃) ②オープン期(令和3年11月頃～令和4年3月) と設定されており、なぜこの期間で区切っているのかを教えてください。	①プレオープン期(令和3年9月頃～11月頃)⇒興味喚起期 ②オープン期(令和3年11月頃～令和4年3月)⇒来館促進期と設定しています。
8	仕様書		2月2日の中之島美術館のオープン前に、メディアを誘致した開館セレモニーなど、事前に美術館内を閲覧できるプログラムは開催する予定ですか？開催する場合、時期を教えてください。	メディア向けのプレビューを予定していますが、最終決定するのは12月頃となります。実施の場合は本委託業務の範囲外となります。時期等の詳細な情報が必要な場合は、発注者より受注者に提示します。
9	仕様書	2ページ 4. 業務内容 (4)	「大阪市博物館機構の広報の実施」に関して、コミュニケーションの主語はあくまでも中之島美術館として、広報を行うという理解で合っていますか？	同事業は、大阪中之島美術館オープンの広報とともに大阪市博物館機構の広報についても実施します。両者の広報のスケールおよび費用の配分については、自由にご提案ください。

質問No.	書類名	ページ数等	質問内容	回答
10	仕様書	2ページ 4. 業務内容 (3)	職域サンプリングとありますが、「職域」の定義をご教授ください。	事業所など職場内でのルートサンプリングです。
11	仕様書	2ページ 4. 業務内容 (3)	大阪市様が保有されている、OsakaMetroなどの契約枠(無償)のご活用はお考えでしょうか。その場合、該当メディアは今回の提案メディアから除外する形になりますでしょうか。	契約枠の利用はありませんので、提案メディアとしてのご検討をさまたげるものではありません。
12	仕様書		プレオープン、オープン日含め、現状予定されているイベントカレンダーがもしあればご共有いただきたいです。	現時点では、検討・調整中の段階であるため、お示しできません。詳細な情報は決定次第、発注者より受注者に提示します。
13	実施要項	12. 企画提案書の提出 (4)	企画提案書類の提出は持込不可とのことですが、当日バイク便を使用しての提出は可能でしょうか。	バイク便での提出は受け付けません。
14	仕様書	1ページ 4. 業務内容 (2)	オンライン広報のSNS運用に関し、ユーザーに対する当方からのコミュニケーションが禁止等運用上の制約はあるのでしょうか？	SNSの記事のアップロードおよびコメント・メッセージの管理は、当機構および大阪中之島美術館で行います。受注者が別アカウントにおいてユーザーに対するコミュニケーション施策を実施する場合は、発注者と協議の上、行っていただきます。
15	仕様書	1ページ 4. 業務内容 (2)	既存サイト内のコンテンツや、既存サイトにリンクする形のキャンペーンサイト等を期間限定で開設するなどは可能でしょうか？	可能ですが、発注者と協議を行った上で実施していただきます。
16	仕様書	2ページ 4. 業務内容 (5)	ミュージアムグッズは、どのようなものが予定されているでしょうか？ 予定されている場合、開館前にノベルティとして無償提供で配布可能なものはあるでしょうか？	ミュージアムグッズは現在、検討・調整中の段階であるため、お示しできません。詳細な情報は決定次第、発注者より受注者に提示します。提案者側でノベルティについてお考えの場合は、すべて提案内容に費用化してご提案ください。
17	仕様書 (別紙1)	2. (2)(3)	開館イベント及び開館記念展覧会のイベント告知に関しては、別途独自に予定されており、今回の業務の範囲外という認識でよろしかったでしょうか？	仕様書「別紙1(2)(3)」に記載した展覧会、イベントの告知(広告)については本委託業務に含まれます。
18	仕様書 (別紙1)	2. (3)	開館記念企画展「99のものがたり」や、続く「モディリアーニ展」の前売り券発売時期をそれぞれ教えていただけるとはでしょうか？	現時点では未定です。詳細な情報は決定次第、発注者より受注者に提示します。

質問No.	書類名	ページ数等	質問内容	回答
19	仕様書	1ページ 2. 業務目的	認知度向上について、認知度の「現状」と「目標」数字はありますでしょうか？	現在、認知度の調査を行っており、結果については発注者より受注者に開示します。
20	仕様書	1ページ 2. 業務目的	訪問数増を図っていくとありますが、本業務の情報発信においての目的はホームページへの訪問数増でしょうか？美術館そのものへの入館者増のことでしょうか？それともテナントや貸しホール利用者も含めた来館者全体のことでしょうか？	開館まではホームページへの訪問者増、開館後は、加えて多くの人たちに実際に美術館を訪れていただくことを目的としています。
21	仕様書	1ページ 2. 業務目的	認知拡大、来館促進にあたり、業務契約期間内、約9カ月間の予定イベント、プロモーション計画など(決まっていること、動いていること)をお教え頂けますでしょうか？また、メディアアニー展以降の2022年度の年間の展示スケジュールもお教えいただけますでしょうか。	質問No.12の回答をご参照ください。
22	仕様書	1ページ 2. 業務目的	開館展他、展覧会、開館イベントの具体的な告知や動員を目的とした広報や広告は別の業務であり、本業務の対象外でしょうか？	質問No.17の回答をご参照ください。
23	仕様書	1ページ 4. 業務内容	メディアへの情報発信(リリース)や取材誘致などは今回の業務内容に含まれるのでしょうか？もしくは別途推進中でしょうか？	本委託業務には含まれません。
24	仕様書	1ページ 4. 業務内容	全体の広報計画、その他運営社のご予算で実施する広報、広告計画を教えてくださいませんか？	現時点では、検討・調整中の段階であるため、お示しできません。詳細な情報は決定次第、発注者より受注者に提示します。
25	仕様書	1ページ 4. 業務内容 (1)	設定されているターゲットは改案の余地があるのでしょうか？	効果的なターゲットの提案をさまたげるものではありません。
26	仕様書	1ページ 4. 業務内容 (1)	プレオープン期、オープン期とはどのような切り分けを想定しておりますでしょうか？	質問No. 7の回答をご参照ください。
27	仕様書	1ページ 4. 業務内容 (1)	仕様書別紙1には、「参加資格審査に合格した事業者に提示」とありますが、広報・広告計画立案の為、事前に、プレオープン期、オープン期に予定されているイベント等の概要や時期についてお教え頂ける内容はありますか？	質問No.12の回答をご参照ください。

質問No.	書類名	ページ数等	質問内容	回答
28	仕様書	2ページ 4. 業務内容 (2)	キャンペーンの企画・制作の趣旨は何になりますでしょうか？どのようなキャンペーン内容を想像されておりますでしょうか？	SNSのファン(フォロワー)の獲得です。内容については自由にご提案ください。
29	仕様書	2ページ 4. 業務内容 (2)	SNSの運用について、機構側、運営社側はどこまでサポート頂けるのでしょうか？(写真撮影など) 投稿内容の企画など全て受託者側のみで対応するのでしょうか？	写真撮影については、仕様書「5. (7)」に記載のとおりです。投稿内容については発注者と協議を行った上で企画・実施していただきます。
30	仕様書	2ページ 4. 業務内容 (3)	「プロモーションのコンテンツ」とはどのようなものを想定していますでしょうか？また、機構、もしくは美術館ですでにご予定及び準備されているコンテンツはありますか？	「ウ 職域サンプリング」となります。現時点において実施を決定しているものは、同コンテンツのみとなります。
31	仕様書	2ページ 4. 業務内容 (3)	「大阪中之島美術館のデジタルコンテンツ自体」とは、具体的にどの(どういった)コンテンツを指しているのでしょうか？	大阪中之島美術館のSNS、およびSNSから発信される情報、また、同館のホームページ、およびホームページに掲出された情報全般となります。
32	仕様書	2ページ 4. 業務内容 (3)	交通、ラジオ、紙媒体、サンプリングはどういった基準で選定されたのでしょうか？また、これらを盛り込む意図をお教えいただけますでしょうか？	当機構の「2021年度 年度計画」の指針に基づき、媒体選定をしています。
33	仕様書	2ページ 4. 業務内容 (3)	交通、ラジオ、紙媒体については、他により効果的な手法があったとしても優先的に予算計上が必要という認識でよろしいでしょうか？	仕様書「4. (2)～(4)」のとおり、指定のメディア及び手法・エリアでご提案ください。その上で(5)において、効果的な広報施策をご提案ください。
34	仕様書	2ページ 4. 業務内容 (3)	ルートサンプリングは10,000部の効果的な配布先の提案や実施という認識で良いでしょうか？	職域ルートサンプリングについて、本業務の目的・内容に適したセグメントと実施をご提案ください。
35	仕様書	2ページ 4. 業務内容 (4)	プロモーションツールは機構側でご用意頂けるのでしょうか？プランニングのみ費用に含むのでしょうか？各種媒体など具体的な実施にかかる費用も含むのでしょうか？	プロモーションツールの提供は予定していません。提案者側で各種プロモーションについてお考えの場合は、すべて提案内容に費用化してご提案ください。
36	仕様書	2ページ 4. 業務内容 (4)	機構の広報で特に伝えたい魅力とはどういったものになりますでしょうか？	当機構のホームページに掲出の「2021年度 年度計画」をご参照ください。

質問No.	書類名	ページ数等	質問内容	回答
37	仕様書	3ページ 4. 業務内容 (5)	タイアップ広告企画とは、(2)(3)に含まれる媒体以外のタイアップでしょうか？	仕様書「4. (5)」に記載のとおりです。
38	仕様書	3ページ 4. 業務内容 (5)	機構、美術館側ですでに計画されている広報活動がございましたら、内容や時期についてお教え頂けますでしょうか？	質問No.24の回答をご参照ください。
39	仕様書	3ページ 4. 業務内容 (6)	オンライン770万円、オフライン2,068万円の予算アロケーションの根拠は何かありますでしょうか？	お示しすることはできません。
40			公式SNSフォロワー獲得のためのインスタキャンペーンなどを実施する場合、ノベルティやグッズなど利用可能なものはありますか？	質問No.16の回答をご参照ください。
41	仕様書	2ページ 4. 業務内容 (3)	「大阪中之島美術館のデジタルコンテンツ自体のファンを獲得」とあるが、現時点でオウンドメディア(Web、SNS)に公開されているもの以外に公開予定のコンテンツなどはありますか？	現時点では未定です。詳細な情報は決定次第、発注者より受注者に提示します。
42			広報活動において活用できるアセットやコンテンツはあるか？→美術館の建設の記録写真など。	詳細な情報は、発注者より受注者に提示します。
43			中之島美術館の学芸員様などにご出演いただくようなコンテンツは提案して良いですか？	提案をさまたげるものではありません。
44			オープニング展覧会について、本展覧会では、コレクションに親しみを持っていただけるよう、作品にまつわる99の物語も併せて紹介とありますが、具体的にどのような紹介の仕方なのか教えていただけますか。	現時点では未定です。詳細な情報は決定次第、発注者より受注者に提示します。
45	仕様書	1ページ 4. 業務内容 (2)	記載の4つのSNS以外のSNSも活用した提案をして良いか？	記載の4つ以外の、効果的なSNSの提案をさまたげるものではありません。

質問No.	書類名	ページ数等	質問内容	回答
46	仕様書	1ページ 4. 業務内容 (1)	アに記載のターゲットについて、特に年齢のセグメントはないが年齢や家族構成はオールターゲットと考えて良いか。	本業務の目的・内容に適したものを想定してのご提案をさまたげるものではありません。
47			業務目的を達成するため、各界のアーティスト、作家を起用したPR活動などを行っても良いか。	提案をさまたげるものではありませんが、起用にあたっては発注者と協議を行っていただきます。
48	仕様書	3ページ 4. 業務内容 (6)	各媒体出稿費上限金額について、この割合はそのまま各媒体に効果を期待する重要度割合と捉えて良いか。	媒体区分の上限金額比が、各媒体の重要度割合ではありません。
49	仕様書	1ページ 4. 業務内容 (1)	仕様書_業務内容(1)で作成した広報計画のスタンス・運用の方向性は、効果的な結果が得られれば次年度以降も継続して運用されるものか。つまり、中長期的な広報ビジョンを見据えて提案して良いものか。	現時点において、次年度以降の広報計画は確定していませんが、中長期的な広報ビジョンを見据えての提案をさまたげるものではありません。
50	仕様書	2ページ 4. 業務内容 (3)	職域ルートサンプリングについて、具体的な必須の指示事項、範囲、調査内容などがあれば、ご教示ください。	質問No. 34の回答をご参照ください。
51	仕様書	1ページ 4. 業務内容 (1)	ターゲットに設定されている4つの区分について、優先順位はありますか？	発注者側からターゲットの優先順位は提示しません。
52	仕様書	1ページ 4. 業務内容 (2)	オンライン広告における目標値は、機構側で設定されていますか？	質問No. 2の回答をご参照ください。
53	仕様書	1ページ 4. 業務内容 (2)	SNSの運用に対して、現在美術館の方も更新しているかと思いますが、私たちが運用を受注した場合も並行して更新される予定はありますか。	大阪中之島美術館でも並行して更新する場合も想定されますので、運用の詳細については、発注者と受注者との協議となります。
54	仕様書	2ページ 4. 業務内容 (2)	ここでいうクリエイティブの作成とは何を指していますでしょうか。SNSの記事等の制作、Web広告のバナーなどでしょうか。	SNSおよびWebの各種広告のクリエイティブの作成となります。

質問No.	書類名	ページ数等	質問内容	回答
55	仕様書	2ページ 4. 業務内容 (2)	リスクマネジメントとは何を指していますでしょうか。	公式SNSやWeb広告の健全な運用を行うため、当機構および大阪中之島美術館のブランド毀損となる場所への広告掲出回避の対策や、炎上回避対策についてとなります。
56	仕様書	2ページ 4. 業務内容 (3)	職域の業種や配布範囲など、想定されている職域はございますでしょうか。	質問No. 34の回答をご参照ください。
57			大阪中之島美術館において、“美術展”以外の目玉施設など、ありますでしょうか。大阪初出店の飲食店が出店予定など。	店舗についての情報は現在調整中のため、お示しできません。詳細な情報は決定次第、発注者より受託者に提示します。
58	仕様書 (別紙2)		大阪中之島美術館・大阪市博物館機構SNSアカウント (Instagram、Facebook、Twitter、YouTube) ホームページに関して貴機構の中で担う位置付けと役割について教えて下さい。	現時点において、両者のSNSアカウントおよびホームページでは、明確なターゲティングや情報発信のセグメンテーションは行っていません。
59	仕様書	2ページ 4. 業務内容 (3)	職域ルートサンプリングの解釈として、職場内配布だけではなく、(中之島美術館の周辺)大阪市内の路上サンプリングも職域ルートサンプリングと捉えて良いでしょうか。	路上でのサンプリングは実施しません。
60	仕様書	2ページ 4. 業務内容 (5)	オープン期に中之島美術館の中で催事活用のできるスペースはございますか。スペースの場所、およびスタンディングで入れる人数や広さ(m ² 数)をお教えてください。	開館日以降について、貸出基準・利用料金が確定していませんが、下記が想定されます。 1階 ホール411m ² (セミナー用、床フラット、スタッキングチェア約300席)、ワークショッブルーム134m ² 2階 芝生広場(屋外)
61	仕様書	2ページ 4. 業務内容 (5)	催事可能と判断した場合、貴機構から貸出頂ける備品等(種類・数量)もお教えてください。	開館日以降について、貸出基準・利用料金が確定していませんが、下記のみが想定されます。 1階ホール: プロジェクター一式(吊り下げ式固定スクリーン)、マイク数本
62	仕様書	2ページ 4. 業務内容 (5)	予定入館料ならびに区分をお教えてください。	展覧会ごとに異なります。開館記念展覧会の予定観覧料および区分は、発注者より受託者に提示します。

質問No.	書類名	ページ数等	質問内容	回答
63	仕様書	3ページ 4. 業務内容 (6)	オンラインメディア、オフラインメディアの区分と上限金額を明確にかつ詳細に分けて設定されておりますが、そのご理由と根拠となるお考えをお教えてください。	質問No. 39の回答をご参照ください。
64	仕様書	3ページ 4. 業務内容 (6)	また、区分されておりますオンライン・オフライン媒体の上限金額の比率を変更したご提案をさせて頂いた場合、評価として問題が生じますでしょうか。 例：オンライン7,700,000円、オフライン20,680,000円を オンライン8,000,000円、オフライン20,380,000円に。	各項目の上限金額内でご提案ください。
65	仕様書 (別紙1)	追加資料	展開1～5に関しまして、貴機構がお考えであろう使用時期・その意図をお教えてください。	仕様書「(別紙1)追加資料」に記載のとおりです。
66	仕様書	1ページ 2. 業務目的	「オンラインを通じての認知拡大、来館促進」とあるが、具体的な来館者の目標数値は定めているか。	当機構の「2021年度 年度計画」をご参照ください。
67	仕様書	1ページ 4. 業務内容 (1)	ターゲット①～④の内、特に注力すべきターゲットはあるか。	質問No.51の回答をご参照ください。
68	仕様書	1ページ 4. 業務内容 (1)	ターゲット①～④記載の関西圏を除く、首都圏や全国エリアをどこまで重要視しているか。	質問No.51の回答をご参照ください。
69	仕様書	2ページ 4. 業務内容 (3)	オフライン広報実施に記載されているア～ウについて、メディア及び手法・エリアの取捨は可能か？ ※例えば、ご提案内容に応じて交通広告を関西圏では実施するが、首都圏では実施しない。等	質問No. 33の回答をご参照ください。
70	公募型プロ ポーザル企画 提案書		(2)提案書の「ア 提案内容を包括するコンセプト」のコンセプトの主旨・意味合いについてお伺いしたい。	提案者が作成した内容全体を端的な言葉で表現してください。
71	仕様書	2ページ 4. 業務内容 (2)	オンライン広報の実施のSNS運用全般およびWeb広告について、プレオープン期間中、館内写真や作品など公開できる情報はありますか？	公開可能な館内写真、作品等の詳細な情報は発注者より受注者に提示します。

質問No.	書類名	ページ数等	質問内容	回答
72	仕様書	2ページ 4. 業務内容 (2)	オンライン広報の実施のSNS運用全般およびWeb広告の⑥キャンペーンの企画・制作について、館内や作品は一般の方の写真撮影やSNSへのアップロードは可能ですか？	開館前に一般の方が館内や所蔵作品の撮影を行うことはできません。開館日以降の館内および展示作品の撮影・SNS等へのアップロードについては、展覧会ごとのレギュレーションおよび著作権等各種権利に配慮した上で行っていただきます。
73			大阪中之島美術館は、美術館として他の美術館との違いや差別化をしている事はございますか？	同館のホームページの「大阪中之島美術館について」をご参照ください。
74			現状、SNSやホームページなどオウンドメディア以外での告知はどのような事をされていますか？	現時点において、大阪中之島美術館では、継続的に掲出している広告メディアはありません。
75	仕様書 (別紙1)	追加資料	野外イベントの予算は、本プロポーザルの予算に含まれるでしょうか？もし企画運営をする場合、どこまでの業務を想定すればよろしいでしょうか？	野外イベントの企画・運営は本委託業務外となり、企画・運営の経費は委託費(契約金額)に含まれませんが、広告については、本委託業務に含まれます。
76	仕様書 (別紙1)	追加資料	アートディレクション費は一式を一度支払えば、リサイズ、リタッチの際に都度支払いは不要という認識でよろしいでしょうか？	お見込みのとおりですが、リサイズ、リタッチが増える場合(13項目以上)は、その分の費用が増額となります。
77	仕様書	2ページ 4. 業務内容 (3)	職域サンプリングの冊子の重量を教えてくださいませんか？	仕様書「4. (3)ウ①」に記載のとおり、@26gです。

※「書類名」「ページ数等」「質問内容」については、質問書に記載された内容(文言)をそのまま記載しております(一部誤字等は修正)。