

愛知・名古屋2026 大会当該年度におけるデジタルサイネージ集中PR業務に関する質問への回答

説明会における質疑応答（公開日：2026年3月25日）

No.	対象資料名	該当箇所	質問	回答
1	(様式2) 業務実施体制・業務実績	総括責任者・業務担当者の履歴・資格・実績等	副本に企業名を入れて良いか。	副本に企業名を入れていただいて構いません。
2	募集要項	5 契約 > (2) 契約条件 > イ 再委託について	メディアを買う行為は再委託になるか。	広告枠の購入は仕入れと見なし、再委託になりません。 業務の一部を第三者に実施させる場合は再委託になります。
3	募集要項	4 提案の審査・選定等 > (1) 審査・審査方法 > イ 選定委員の構成について	「愛知・名古屋2026 大会当該年度におけるデジタルサイネージ集中PR業務受託者選定委員会」（以下「選定委員会」という。）のメンバーはどのような方々か。	選定委員は非公表です。
4	(別紙2) 企画提案書等作成要領	2 企画提案書（任意様式） > ③ 基本デザインの提案数について	基本デザインは最低1つから最大4つまで提案するとあるが、「基本デザイン（4つ）」 × 「集中PR時期（4期）」 = 16種類のデザインを提案して良いか。	基本デザインの提案は最大4つでお願いします。 集中PR時期毎に1種類ずつ提案いただいたり、1期について4種類提案いただいたりなど、どのように提案いただくかは事業者の皆様にお任せします。
5	(別紙1) 仕様書	第4業務内容 > 1 動画の作成・入稿 > (1) 基本デザインの作成 過去大会の写真または映像について	過去大会の写真または映像は委託者から提供してもらえるのか。	アジア競技大会の過去映像について、大会主催者であるOCAが保持しているものに関しては、組織委員会を通して手配ができますので使用することができますが、現時点でOCAから入手している映像はありません。またアジアパラ競技大会の過去映像は、大会主催者であるAPCと調整中です。 委託者を介した写真や映像の手配は不確実性が伴うことから、 本事業の企画提案においては委託者からの写真・映像の提供がない前提で経費積算 してください。スポーツに関するメディア等が過去大会の写真・映像を販売している場合がございます。
6	(別紙1) 仕様書	第4業務内容 > 1 動画の作成・入稿 > (1) 基本デザインの作成 過去大会の写真または映像について	愛知県・名古屋市や組織委員会が過去に作成したPR動画は委託者から提供してもらえるのか。	過去に作成したPR動画には権利の範囲に制限があるものが含まれるため、 本事業の企画提案においては発表済みの大会PR動画について委託者からの提供がない前提で経費積算 してください。
7	(別紙1) 仕様書	第4業務内容 > 1 動画の作成・入稿 > (2) 媒体毎デザインの作成 広告掲出地域毎・媒体毎の仕様に合わせてデザインについて	仕様書に「広告掲出地域毎・媒体毎の仕様に合わせてデザインを作成」とあるため、地域毎にメッセージを変えてほしいという意図か。	今回広告を掲出する場所として「交通機関等」と指定していることから、沿線毎に実施する競技が異なることを踏まえて、媒体毎デザインを作成いただきたいです。
8	(別紙1) 仕様書	第4業務内容 > 1 動画の作成・入稿 > (2) 媒体毎デザインの作成 デザインの差し替え	仕様書の「出稿済みの広告について、委託者が適時デザインの差し替えを依頼した場合、最短スケジュールで再入稿すること」はどんな想定で作成した文言か。	・仕様書別紙1「重点広報時期」を御確認ください。 想定スケジュールでは「アミューズメント施設」は12週間連続、「交通機関等」は①②または③④繋げて実施すると6週間連続の広告出稿となりますが、広告枠を一括で購入いただいたとしても、一番初めに入稿したデータで広告を掲出し続けるのではなく、①～④の時期毎に差替えていただきたいという意図の文言です。 ・また、例えば②の期間に広告枠を購入した後、②の期間でアピールしたい内容の記者発表が後ろ倒しになった際、記者発表後にアピールしたい内容を含んだ広告に差替えていただくことを想定しています。

説明会における質疑応答（公開日：2026年3月25日）

No.	対象資料名	該当箇所	質問	回答
9	(別紙1) 仕様書	第4 業務内容 > 2 デジタルサイネージ広告枠の確保、 掲出 > (3) 備考 組織委員会による広報の状況について	組織委員会・愛知県・名古屋市それぞれの広報計画は共有してもらえるのか。	<p>・それぞれの広報計画は非公表ですが、仕様書別紙1「重点広報時期」> 想定広告枠列に記載の交通機関等デジタルサイネージ及びシネマアドは組織委員会または名古屋市単独では実施しないと確認を取っています。</p> <p>・記載のない交通機関等について、企画提案いただくことは可能ですが、委託契約締結後に組織委員会等関係機関の広報計画を開示した際、関係機関の広報と重なる部分については本業務の広報計画を再考いただく必要があります。</p>
10	(別紙1) 仕様書	第7 その他 > 8 アンブッシュマーケティング	愛知・名古屋2026に係るアンブッシュマーケティングについての留意点とは。	<p>公開されている大会ブランドガイドラインをご確認ください。 https://www.aichi-nagoya2026.org/assets/file/intellectual/brand_protection_2.pdf</p> <p>本業務における留意点として考えられることは以下のとおりです。以下に記載がなくても、業務の経過において大会ブランドガイドラインに抵触する事項があれば対応をお願いします。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・大会パートナー以外のロゴ・ブランド等の露出は控えるようにしてください。 ・アジア競技大会とアジアパラ競技大会は異なるパートナーが付く別物のイベントですので、同一画面にアジア競技大会とアジアパラ競技大会の情報が映らないようにしてください。 ・デジタルサイネージの周辺に、パートナーの競合他社の企業名がなるべく無いことを確認の上、広告枠を選定する。 ・デジタルサイネージの前後の広告に、パートナーの競合他社の広告が映らないよう放映順に気を付けることを、広告枠の保有者に依頼する。
11	(別紙3) 企画提案審査基準	審査基準について	経費見積等の配点に優先順位はあるか。	<p>高：③動画制作④広告媒体 中：業務実施体制、①実施計画②推進体制⑥進行スケジュール、社会的価値 低：⑤付加提案、経費見積書</p> <p>それぞれの配点は公表していません。 経費見積書では費用の内訳が明確で、提案内容の費用対効果が見込めることが評価基準です。</p>

説明会における質疑応答（公開日：2026年3月25日）

No.	対象資料名	該当箇所	質問	回答
12	(別紙1) 仕様書	第4業務内容>2 デジタルサイネージ広告枠の確保、 掲出>(3) 備考 専売広告枠について	仕様書に「受託者の専売広告枠など、公開されているカタログに掲出されない広告枠を積極的に提案」とあるが、本業務の事業名になっている「デジタルサイネージ」媒体に限定されるものか。	<p><u>なるべくデジタルサイネージ限定の御提案をいただきたいです。</u> デジタルサイネージ以外の御提案をいただいても、別事業で実施する場合は提案内容を実施いただけない場合があります。 現在企画調整課啓発Gの所管事業で公募済みのものは以下のとおりです。</p> <p><公募終了></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ライブサイト事業（大会本番時のパブリックビューイング等） ・名古屋城でのおもてなし事業 <p><公募中（プロポーザル）></p> <ul style="list-style-type: none"> ・デジタルサイネージ集中PR事業（本事業） ・テレビCM事業 ・チケット販促支援計画の作成及びWeb・SNS広告運用 <p><公募中（一般競争入札）></p> <ul style="list-style-type: none"> ・新聞広告事業 ・ブース出展事業
13	(別紙1) 仕様書	第4業務内容>2 デジタルサイネージ広告枠の確保、 掲出>(1) 交通機関等>①アジア100日前 (6/11(木))を含む時期 広告料の支払いについて	委託者にて申込可能な媒体は手続き中とのことなので、枠を確保した場合は広告料を支払い、確保できなかった場合は代替の広告枠を提案しその広告料を支払うという理解で良いか。	<p>そのとおりです。</p> <p>委託者による広告枠の申込の際、支払いは受託者からと伝えていますので、確保できたところに関しては受託者からお支払いいただきます。</p> <p>委託者による申込が落選した場合、代替の広告枠の確保・支払いをお願いします。</p>
14	(別紙1) 仕様書	第4業務内容>2 デジタルサイネージ広告枠の確保、 掲出>(2) アミューズメント施設>イその他 アミューズメント施設の定義について	アミューズメント施設の定義について、商業施設も想定しているか。	アミューズメント施設での広報は人が余暇において集まる場所での広報を意図しています。そういった意味では商業施設も対象となります。
15	(別紙1) 仕様書	第4業務内容>2 デジタルサイネージ広告枠の確保、 掲出>(2) アミューズメント施設>イその他 アミューズメント施設の選定について	アミューズメント施設での広報は、商業施設でも良いとのことだが、大会パートナーの施設での広報は組織委員会が実施する可能性があるため、検討の対象外とした方が良いか。	<ul style="list-style-type: none"> ・両大会の流通小売カテゴリーパートナー施設においてはパートナーによる広報を行う予定であるため、対象外としてください。 ・流通小売カテゴリーの競合他社施設での広報はアンブッシュマーケティングに抵触する可能性があります。 ・流通小売カテゴリー以外のパートナーの施設での広報は、御提案内容を組織委員会と協議の上、実施可否を判断します。

説明会における質疑応答（公開日：2026年3月25日）

No.	対象資料名	該当箇所	質問	回答
16	(別紙1) 仕様書	第4 業務内容 > 1 動画の作成・入稿 > (1) 基本デザインの作成 映像について	本事業と共に公募している「テレビCM事業」と共通の動画を使用することで、動画制作費を抑え、広告出稿先を増やす考えは可能か。	<ul style="list-style-type: none"> ・業務実施時において、「テレビCM事業」と共通の動画を使用いただくことは、音楽や両事業の権利処理等に問題がなければ実施いただけます。 ・ただし企画提案時には、別紙2「作成要領」2 企画提案書 > ④ 広告媒体の種類、出稿期間に記載のとおり 実現可能性がある提案をお願いしています。「テレビCM事業」と「デジタルサイネージ集中PR事業」を同じ事業者が実施するとは限らないこと、すると「テレビCM事業」で見込む権利処理手続・費用が「デジタルサイネージ集中PR事業」を範疇としない可能性がありますので、「テレビCM事業」と共通の動画を使用する前提の提案は実現性にリスクがあると見なされます。よって それぞれの事業において制作費を計上いただく必要があります。 ・実際の業務が始まった暁に、制作費の減少分を広告枠に充てることは、契約締結後であっても委託者・受託者双方の協議が整えば可能です。