

# 東大阪市動画制作等業務仕様書

令和8年5月25日

東大阪市

## 東大阪市動画制作等業務仕様書

### 1 概要

- (1) 件名：東大阪市動画制作等業務
- (2) 内容：「東大阪市公式 YouTube チャンネル」など各種ソーシャルメディアで活用するための動画の企画、撮影、編集等
- (3) 契約期間：契約締結日から令和9年3月31日まで  
※なお、令和9年度においても令和8年度に制作した動画と関連性が高い動画を継続して制作する方針となり、令和8年度受注者でなければ制作不可と判断される場合は、令和8年度受注者との随意契約締結を可能とする。

### 2 業務背景・目的

平成27年5月に開設した「東大阪市公式 YouTube チャンネル」等の市ソーシャルメディアで発信する魅力的なコンテンツを制作し、市外の方を含めより多くの方に視聴してもらうことで、「子どもファースト」を主とした市の施策等を知ってもらうことを目的とする。

### 3 内容

令和8年度においては、重点施策「若者・子育て世代に選ばれるまちづくり」の中でも最重要に位置づけられる「子どもファースト」施策のさらなる拡充を図るために、本事業で制作された動画を効果的なPRの手法として活用する。

具体的には、メインターゲット層である市外に住む子育て世代（20代～40代）に本市の子育て施策をPRし、本市への移住を促進することを主題とし、子どもファースト関連事業に絞って年間3セット（本編動画約1分～5分、同内容の広告用動画約15秒～30秒を1本ずつ）以上制作すること。

そのほか、上記以外をテーマとした動画については、本市（以下、「発注者」という）と協議のうえ制作すること。

注：動画の時間尺については動画内容ごとに変更可能とする。

動画制作にかかる業務は以下のとおり

#### (1) 動画の企画

効果的な企画を複数案提示すること。また、月1回程度を目安に必要な応じて、発注者と受注者で企画案の打ち合わせを実施し、絵コンテなどを用いた台本調整などを行うこと。打ち合わせは対面での実施を基本とする。

#### (2) 動画の制作

動画の制作にあたり、必要な事前調整、準備、使用素材（内容を説明する資料等）

の作成、撮影、編集等の一切の作業を行うこと。撮影に際しては、必要な許可を得ること。また、必要に応じてロケハンを行うこと。

なお、制作にあたっては次の点に留意すること。

ア 撮影について

動画1本につき、特段の事情が無い限り、1日で撮影を終えること。ただし、発注者が認める場合は、1日の撮影で複数の動画を撮影することも可とする。

また、撮影に使用する機材及び消耗品等は受注者の負担とする。

イ 出演者について

発注者と受注者との協議に基づき選定し、基本的には費用の掛からない範囲で決定するものとする。ただし、費用が必要な場合は本業務の委託料に含むものとする。また、受注者は出演者の肖像権及び著作権に関する調整を行い、市ウェブサイトや市ソーシャルメディアを通じて配信することの同意を得ることとする。なお、委託期間終了後も継続して動画を公開するにあたって別途の費用を発生させないこと。

東大阪魅力PR大使やチーム東大阪アンバサダー等、本市と関係が深い人物の出演については、発注者が費用面で協力できる場合があるため、別途調整すること。

ウ 編集について

字幕やテロップ、ナレーション、BGMを入れることを基本とする。また撮影から納品まで原則35日以内とし、編集期間中の動画内容の校正は2回とする。

エ 素材提供について

必要に応じて発注者が提供する素材を活用して動画を制作すること。

オ 動画の規格について

動画の形式はMP4とする。動画の画面比率やサイズについては、各動画の制作ごとに発注者との打ち合わせ時に決めるものとする。

(3) 動画の広告

制作動画がメインターゲット層に効果的に訴求するために、広告出稿を行うこと。視聴回数は、「東大阪市公式YouTubeチャンネル」にてアップロードした動画1本につき、投稿日から3か月以内を期限として、再生回数4千回以上を目標に広告の配信を調整すること。広告費用については、各動画を制作する度に発注者に相談すること。なお、想定より早くに再生回数4千回に到達した場合でも、より多くの人に訴求させるため、事前に発注者と取り決めた広告費用に達するまで、広告出稿を続けること。ただし、発注者との協議のうえ、広告出稿を停止することを決定した場合はこの限りではない。

(4) 動画制作の効果測定

動画を配信した後は、再生回数や視聴者層などの傾向を分析し、

- ①再生回数
- ②クリック率
- ③再生時間

以上の項目で効果測定を行い、発注者に提出すること。

さらには、結果をふまえ傾向を分析し、受注者の意見を発注者に提案すること。また、その動画に関連する広告のみの効果についても、分析結果を上記項目にまとめて発注者に提出すること。

#### 4 成果品

本業務の成果物として、ファイル転送サービスやオンラインストレージによるデータ及びDVDで2部納品すること。

- ①動画データ一式
- ②サムネイル画像一式（PNG形式。各配信プラットフォーム用）  
本委託事業によって発生した動画の著作権はすべて発注者に帰属する。
- ③その他制作過程で作成した資料一式（企画書、絵コンテ、試作映像、シナリオ等）
- ④効果測定の資料

#### 5 実施体制

受注者は本仕様に定める委託内容を踏まえ、本業務を円滑かつ確実に遂行できるよう、専門的知識や豊富な実践経験を有する人材で構成されるチーム体制を整備すること。

また、体制を変更する必要がある場合には、事前に報告すること。

#### 6 動画の使用媒体

制作した動画は、市ソーシャルメディア（東大阪市公式YouTubeチャンネル、東大阪市公式Instagramなど）にて投稿するほか、市ウェブサイト上で紹介することもある。また、市が出展するイベント会場での放映などの場面で活用するものとする。なお、使用可能期間は定めない。

#### 7 業務の流れ・分担

(1)【発注者、受注者】月1回程度を目安に企画案の打合せを実施し、テーマを選定する（発注者が認めた場合は、オンライン開催も可）。  
上記の打合せとは別に、メール、電話、オンライン会議等で都度やりとりを行うこととする。

- (2)【受注者】動画の構成案、ロケスケジュール案、取材対象等を発注者に提案。
- (3)【発注者または受注者】出演者に打診。
- (4)【受注者】出演者へのヒアリングや日程調整、ロケハンを進めながら、動画の構成

について発注者と調整を行うこと。

(5) 【受注者】撮影。

(6) 【受注者】動画を編集。撮影日から原則14日以内に、仮編集動画、サムネイル案を発注者に提出すること。

(7) 【受注者】必要に応じて出演者に動画の確認を依頼。

(8) 【受注者】発注者の修正指示を受けて動画の修正を行い、再度発注者に編集動画、サムネイルを提出すること。

(9) 【発注者】修正後の動画、サムネイルを確認し、修正があれば再度修正指示を行う。

(10) 【受注者→発注者】完成動画とサムネイル、公開用のタイトル・概要欄テキスト、制作過程で得た素材を納品

(11) 【発注者】「東大阪市公式YouTubeチャンネル」等で公開

(12) 【受注者】広告出稿、報告書の作成、提出

※契約当初に、発注者と受注者で年間スケジュールを含む、動画制作全体の方向性を決定する打合せを複数回行うこととする。

## 8 契約に関する条件

### (1) 支払条件

委託業務終了後、適法な請求があった日から30日以内に一括支払いとする。

### (2) 契約保証金

契約締結時に東大阪市財務規則に基づき、所定の手続きを行うこと。

### (3) 契約不適合担保

本業務に係る成果品の引き渡し後、契約不適合が発見された場合は受注者はその責を負う。

### (4) 再委託

受注者は、本業務の全部または一部の処理を第三者に委託または請け負わせてはならない。ただし、本業務の「主たる部分」を除き、あらかじめ発注者の書面による承諾を得たときは、この限りでない。「主たる部分」とは、動画制作に伴う管理業務とする。

## 9 法律等の厳守

受注者は契約の履行に当たり、本業務の意図及び目的を十分に理解した上で発注者の指示を厳守し、誠実に実施しなければならない。

(1) 受注者は、本業務の実施にあたり関連する法律等を遵守しなければならない。

(2) 受注者は、常に中立性を保持しなければならない。

- (3) 個人情報、秘密と指定した事項及び業務の履行に際し知り得た秘密（以下「秘密情報」という。）を第三者に漏らし、または不当な目的で利用してはならない。契約終了後も同様とする。
- (4) 秘密情報を取り扱う責任者及び従事者は、秘密を保持しなければならない。再委託先についても同様とする。

#### 10 その他

- (1) 本仕様書に定める事項に疑義が生じた場合、または本仕様書に定めのない事項で協議の必要がある場合は、受注者は発注者と協議を行うこと。
- (2) 発注者は、業務の進捗状況について報告を求めることができる。