

令和元年度 年末年始広報等競馬振興事業  
企画提案依頼書

令和元年 7 月 24 日

全国公営競馬主催者協議会

# 1 募集事項

## 1.1 業務名

令和元年度年末年始広報等競馬振興事業

## 1.2 企画提案公募の背景と目的

平成 29 年度に、JRA における年内最後の G I として『ホープフルステークス (G I)』が開催されるようになったことで、中央競馬に参加されるお客様に浸透していた「年末の『有馬記念 (G I)』でその年の競馬を終える」という慣習に変化が生まれ、『有馬記念』が終わっても『ホープフルステークス』が開催される年末に向けて、引き続きお客様の注目が集まるようになった。今年度は、12月22日(日)に『有馬記念』が行われ、12月28日(土)にG Iとして3年目を迎える『ホープフルステークス』が開催される。

地方競馬においても、年末には各地でダートグレード競走が開催され、12月27日(金)園田競馬『兵庫ゴールドトロフィー (JpnIII)』、12月29日(日)大井競馬『東京大賞典 (G I)』が行われ大きな盛り上がりが見られる。その後も、大晦日、元日、年始と連日で開催し、全国各地で継続して競馬開催が行われる。

そこで、令和元年度年末年始広報等競馬振興事業(以下、「本業務」という。)は、競馬のお客様のみならず、世間一般からも注目が集まる『有馬記念』をフックに、年末年始期間12月21日(土)～1月5日(日)の地方競馬開催と『ホープフルステークス』・『(東西)金杯』のJRA開催を連携させた企画立案により、「年末年始期間中も、空白なく競馬が行われている」旨を、世間に対して広く情報発信していく。こうした取組により、『有馬記念』の前後における年末の開催はもちろん、年始の地方競馬開催においても、お客様参加率の向上・売上増加を達成することを目的とし、地方競馬及び中央競馬の競馬界全体の盛り上がりにつなげる。

[参考：平成 30 年度年末年始広報期間中の開催成績 (12 月 22 日～1 月 6 日)]

(単位:円、人、%、日)

競馬場	日数	入場人員		総売得金		場外発売			
		入場人員	1日平均	総売得金	1日平均	場外売得金	構成比	電話投票	構成比
帯広・ば	11	20,971	1,906	2,486,910,700	226,082,791	2,353,552,800	94.64	1,997,066,300	80.30
門別	非開催	0	0	0	0	0		0	
盛岡	非開催	0	0	0	0	0		0	
水沢	3	9,875	3,292	641,710,700	213,903,567	575,382,600	89.66	387,962,000	60.46
浦和	3	12,743	4,248	2,687,160,380	895,720,127	2,500,043,080	93.04	1,891,496,880	70.39
船橋	非開催	0	0	0	0	0		0	
大井	6	89,045	14,841	17,745,135,560	2,957,522,593	16,228,121,860	91.45	11,965,075,360	67.43
川崎	4	59,225	14,806	6,184,692,230	1,546,173,058	5,404,194,030	87.38	3,583,607,630	57.94
金沢	3	5,328	1,776	900,739,000	300,246,333	816,437,400	90.64	710,511,200	78.88
笠松	3	7,511	2,504	964,234,100	321,411,367	874,500,900	90.69	660,548,000	68.50
名古屋	5	18,586	3,717	2,702,219,300	540,443,860	2,438,903,100	90.26	1,953,818,500	72.30
園田	8	39,057	4,882	4,793,247,100	599,155,888	4,141,034,700	86.39	3,379,052,000	70.50
姫路	非開催	0	0	0	0	0		0	
高知	5	6,782	1,356	2,955,858,700	591,171,740	2,869,568,600	97.08	2,657,666,200	89.91
佐賀	6	26,454	4,409	2,666,506,500	444,417,750	2,455,828,800	92.10	2,218,068,500	83.18
全国・計	57	295,577	5,186	44,728,414,270	784,709,022	40,657,567,870	90.90	31,404,872,570	70.21

注1：電話投票売得金額は場外売得金額の内数、構成比は総売得金に占める比率

※ 重勝式の売得金は電話投票扱いとしている。

### 1.3 発注者

全国公営競馬主催者協議会

### 1.4 契約期間

契約締結日から令和2年1月31日

### 1.5 実施場所

東京都内

### 1.6 契約の相手方の選定

公募により企画提案を募集し、優れた提案及び能力を有した最も適格と判断される事業者を選定し、業務委託候補者とする。

## 2 本業務の内容

### 2.1 コンセプト

本業務のコンセプトは、「有馬記念（GⅠ）で最大化された競馬への参加意欲を年末の地方競馬に繋げるとともに、年始の地方競馬と中央競馬の（東西）金杯（GⅢ）にその盛り上がりを引き継ぐこと」と定める。

### 2.2 主軸ターゲット

本業務の主軸ターゲットは、「JRA ネット投票会員を含めたインターネット投票利用者」とする。その理由は、以下のとおり。

平成30年度の地方競馬総売得金額のうち、インターネット投票が占める割合は、前年の68.7%をさらに上回る72.5%となっており、勝馬投票券の購入手段としてインターネット投票の重要性は益々増してきている。JRA ネット投票による売得金額も、前年度比112.9%と継続して好調であるが、その一方で、JRA ネット投票会員による地方競馬の年間平均利用率は1.25%と依然として低く、今尚、地方競馬の利用促進の余地を十分に残しているものと考えられ、本業務では、この潜在利用者層の掘り起こしに期待している。

[参考：地方競馬年度別開催成績]

単位：円

年度	総売得金額	前年度比	現金系	前年度比	シェア	ネット投票	前年度比	シェア
H28	487,001,199,590	113.0%	180,096,594,600	97.9%	37.0%	306,904,604,990	124.2%	63.0%
H29	552,539,256,190	113.5%	173,168,887,000	96.2%	31.3%	379,370,369,190	123.6%	68.7%
H30	603,387,372,180	109.2%	165,956,238,200	95.8%	27.5%	437,431,133,980	115.3%	72.5%

[参考：インターネット投票発売の内訳（過去3年間）]

単位：円

年度	JRA ネット	前年度比	シェア	SPAT4	前年度比	シェア	楽天	前年度比	シェア	オッズパーク	前年度比	シェア
H28	63,296,750,900	141.7%	20.6%	131,221,154,890	122.6%	42.8%	71,953,003,200	118.7%	23.4%	40,433,696,000	116.3%	13.2%
H29	80,489,512,200	127.2%	21.2%	171,664,920,390	130.8%	45.2%	84,801,178,200	117.9%	22.4%	42,414,758,400	104.9%	11.2%
H30	90,887,498,900	112.9%	20.8%	206,025,567,280	120.0%	47.1%	91,788,587,000	108.2%	21.0%	48,729,480,800	114.9%	11.1%

[参考：在宅投票系データ（平成30年度）]

単位：人

平成30年度	JRA	SPAT4	楽天	OP
A年間総加入者数(延べ)	764,590,112	216,332,501	144,075,855	251,203,525
B年間総利用者数(延べ)	9,568,656	25,829,618	11,749,793	6,996,113
C年間平均利用率	1.25%	11.94%	8.16%	2.79%

\*C=B/A

上記の主軸ターゲットとは別に、これまで競馬に馴染みのない新規のお客様をターゲットに、折込チラシ事業（詳細は後述）を今年度新たに実施し、地方競馬場のプレゼンスとその魅力を発信することにより、本場来場誘致を行うこととする。

## 2.3 広報施策要件

本業務の目的を十分に理解の上、コンセプトである「有馬記念（GⅠ）で最大化された競馬への参加意欲を年末の地方競馬に繋げるとともに、年始の地方競馬と中央競馬の（東西）金杯（GⅢ）にその盛り上がりを引き継ぐこと」に適したキャッチコピー及びイメージロゴを制作し、これらを活用することで、開催日程、主要競走、競馬場の案内、イベント情報等を広くかつ効果的に訴求し、売上拡大を目指すこと。

また、本業務の主軸ターゲットである「JRA ネット投票会員を含めたインターネット投票利用者」に対して有効的な媒体や施策をメインに選定し、JRA と地方競馬のすべてのインターネット投票利用者における年末年始開催の認知度を向上させ、競馬界全体の売上拡大を図ること。

本業務で実施する広報施策について、具体的には以下のとおりである。

### (1) 年末年始広報の全体企画立案及びキービジュアルの制作

本業務の目的、コンセプト、及び主軸ターゲットを十分に理解の上、企画提案の目的と目標を端的に提示すること。併せてその根拠も提示すること。

また、その目的と目標を達成するに相応しいキービジュアル（広報キャッチコピー、ロゴ、バナー、その他各種グラフィック類）を制作すること。

### (2) キービジュアルを用いた広報施策

#### ① インターネット広報事業

##### イ 年末年始開催の情報を発信する特設サイトの構築・運用

キービジュアルに適したデザイン・レイアウトの特設サイトを構築し、運用すること。本特設サイトを通じて、開催日程や各競馬場の場内イベント、注目レース等の開催情報を発信し、年末年始開催

を魅力的かつ効果的に告知すること。

[参考：平成 30 年度の年末年始特設サイトのアクセス数]

対象期間 12/22(土)～1/6(日)

PV数	セッション数	ユーザー数
160,638	109,762	93,609

#### ロ WEB 広告及び WEB コンテンツによる競馬参加誘導

地方競馬及び JRA のお客様にアプローチする上で有効とされる属性情報を最大限活用することにより、CM を用いた動画広告等、最も効果的と思われる WEB 広告を提案すること。

また、年末年始期間中の競馬開催への参加を促す WEB キャンペーン施策を提案すること。

そのほか、効果的と思われる WEB コンテンツがあれば提案すること。

[参考：平成 30 年度 年末年始広報 CM の YouTube 視聴回数]

対象期間	12/9(日)～12/31(月)*
視聴回数	216,656

\*動画広告の配信期間

## ② 一般紙・地方紙・スポーツ紙広報事業

一般紙・地方紙・スポーツ紙を戦略的に組み合わせるとともに、訴求するレースや地域に応じて最適な媒体を選択する等、地方競馬のプレゼンス及び年末年始開催を訴求する上で、最も効果的と思われる出稿形態を提案すること。

一般紙や地方紙では、新規のお客様の獲得に繋がるものを、スポーツ紙においては、発売促進に繋がる施策を提案すること。

なお、企画提案にあたっては、出稿媒体や出稿内容、出稿日、出稿量、出稿地域等の詳細について、具体的に明記すること。

想定している媒体は以下のとおり。

### イ 一般紙（想定）

読売新聞、朝日新聞、毎日新聞、産経新聞、日本経済新聞等

### ロ 地方紙（想定）

地方競馬場が存在する地域で発行されている新聞社を想定している。

例としては、北海道新聞、十勝毎日新聞、岩手日報、埼玉新聞、千葉日報、東京新聞、神奈川新聞、北國新聞、岐阜新聞、中日新聞、神戸新聞、高知新聞、西日本新聞、佐賀新聞等

## ハ スポーツ紙（想定）

日刊スポーツ、スポーツニッポン、サンケイスポーツ、デイリースポーツ、スポーツ報知、東京中日スポーツ等

## ③ 映像情報提供事業（CM 制作・CM 出稿等）

広報コンセプトとキービジュアルをもとにCMを制作し、地上波やBS放送に加えて、インターネットやJRA・地方競馬場内ITV等で放映することにより、年末年始の競馬開催を広く告知すること。

CM出稿については、中央競馬TV中継後のスポット放映に加えて、競馬バラエティー番組周りにもスポットで放映することにより、日頃から競馬に関心があるお客様に対して、年末年始開催の認知拡大を実現する提案内容とすること。

また、地元住民に対して、地方競馬場のプレゼンスを示すことを目的に、競馬場が所在するローカル局でのスポット放映も行うこと。

CM尺、放映日、放映局、放映回数、放映時間帯等の出稿形態の具体については、下記の想定をベースに、最適と思われるものを提案すること。

### イ CM 尺

基本的に30秒とする。ただし、提案する出稿形態により必要となる場合は、15秒尺の追加制作も可とする。

### ロ CM 放映日（想定）

- ・中央競馬TV中継日12/21（土）、22（日）、28（土）
- ・その他効果的と思われる日

### ハ CM 出稿内容（想定）

- ・地上波中央競馬中継後のスポットCM  
（フジテレビ系列、テレビ東京系列の地方競馬場所在のテレビ局）
- ・BS中央競馬中継後のスポットCM  
（BSイレブン、BSジャパン）
- ・地上波競馬バラエティー番組内又は前後のスポットCM  
（フジテレビ系列、テレビ東京系列の地方競馬場所在のテレビ局）
- ・その他効果的と思われるもの

### ニ ラストカット（“ぶら下がり”）

訴求する重賞競走等のラストカットの内容については、放映日や放映局に応じて適宜調整できること。

#### ④ 折込チラシ事業

競馬場来場誘致策として、競馬場近隣等への折込チラシを実施すること。各地方競馬場の地元住民に対して、年末年始の競馬開催を周知することで、本場来場を促すとともに当該競馬場のプレゼンスを示せる内容とする。

具体的には、折込チラシとして一般的な B4 サイズ・両面カラー・厚さ 73 kg相当の規格で制作し、全国 15 競馬場で合計 300 万枚を配布すること。競馬場ごとの折込枚数については、競馬場の来場者数及び競馬場周辺地域の世帯数をもとに、最適と思われる枚数を提案すること（競馬場周辺地域の世帯数については、企画提案応募者において独自に調査すること）。折込日や新聞社、配布エリアについては、主催者ごとに調整できるものとする。また、チラシのデザインは、片面はキービジュアルを用いた全国共通のものとし（グラフィックや開催日程の部分は、年末版や年始版等の複数のパターンに対応すること）、もう片面は、注目レース、イベントやアクセス情報等、各競馬場の開催情報を掲載できること。なお、折込枚数については、必要に応じて、主催者個別の費用負担による増刷にも柔軟に対応すること。

そのほか、競馬開催が無い競馬場においては、掲載内容を場外発売に焦点を当てたものに調整、折込エリアを管轄場外発売場の周辺エリアに設定する等、必要に応じて柔軟に対応すること。

[参考：競馬場来場者数（1日平均）]

単位：人

帯広	門別	盛岡	水沢	浦和	船橋	大井	川崎
1,956	631	2,204	1,870	3,334	3,092	6,183	5,677
金沢	笠松	名古屋	園田	姫路	高知	佐賀	
2,689	922	1,371	2,217	459	656	2,575	

※平成 30 年度の 1 日平均の値を用いた（姫路競馬場を除く）。

※姫路競馬場の想定来場者数は、開催実績のあった直近の年度（平成 24 年度）と昨年度の値について、姫路と園田の割合を比較し算出している。

#### ⑤ ポスター・チラシ制作

キービジュアルをもとに、既存の競馬のお客様に対して年末年始開催を告知するポスター及びチラシを制作すること。グラフィックのデザインにあたっては、掲示又は配布する各地方競馬場の特性や開催時期を、最大限考慮すること。

制作したポスターは、全国の JRA・地方競馬場、ウインズ、地方場外発売所、その他の競馬関連施設に配布すること。ポスターの枚数は、JRA 関連施設用に B1 サイズ 200 枚、地方競馬関連施設に B2 サイズ 800 枚の計 1,000 枚を計画している。

チラシについては、A4サイズの両面カラーで、3パターンを制作すること（JRA ネット投票会員の即-PAT 会員向け・A-PAT 会員向け、地方競馬関連施設向け）。それぞれの制作枚数は、即-PAT 会員向け 95,000 枚、A-PAT 会員向け 1,002,000 枚、地方競馬関連施設用の 127,000 枚を計画している（計 1,224,000 枚）。このうち、JRA ネット投票会員向けの 1,097,000 枚は厚さ 46.5kg 相当のコート紙とし、残り 127,000 枚は、サンプリングに最適と思われる厚さや紙の種類を提案すること。なお、JRA ネット投票会員向けのチラシについては、11 月 8 日（金）納品となるため、本納期に間に合うグラフィックの制作スケジュールを組むこと。

そのほか、ポスター及びチラシの制作枚数について、必要に応じて、主催者個別の費用負担による増刷にも柔軟に対応すること。

### **(3) 本業務の進捗管理**

プロジェクトリーダーを中心に、本業務の進捗管理を徹底し、発注者又は発注者が別に指定した担当者に対して、定期的に報告・連絡・相談を行うこと。

### **(4) 業務報告書の提出**

令和 2 年 1 月 31 日（金）までに、各施策の効果検証と総論をまとめた報告書を提出すること。

また、報告書の制作にあたっては、掲出バナーや掲載記事等、各施策のエビデンスを可能な限り付すとともに、配布枚数やアクセス状況等の数字的根拠も提出すること。

## **3 応募資格**

### **3.1 企画提案に応募できる者に必要な資格は、以下のとおりとする。**

- (1) 次の各号に該当しない者であること。
  - ① 契約を締結する能力を有しない者及び破産者で復権を得ない者
  - ② 地方競馬主催者、地方競馬全国協会から、取引停止の措置を受けている期間中の者
  - ③ 会社更生法（平成 14 年法律第 154 号）に基づく更生手続開始の申立て及び民事再生法（平成 11 年法律第 225 号）に基づく再生手続開始の申立てがなされていない者
- (2) 平成 29・30・31 年度農林水産省競争参加資格（全省庁統一）により、契約の種類が「役務の提供等」において、等級が A に格付けされている者であること。
- (3) 公募及び企画提案依頼書に記載した必要な手続きを行った者であること。
- (4) 平成 28 年度以降に、各種公営競技の団体、主催者と本業務と同規模（内容、



金額)以上の広報業務を受託した実績があること。

(5) 別紙様式第3号に定める「暴力団排除に関する誓約事項」について同意する者であること。

### 3.2 共同提案について

上記3.1を満たす1事業者を代表とする複数事業者による共同提案の形での参加も可能とするが、その場合は、代表事業者が上記3.1をすべて満たさなければならない。

## 4 スケジュール

4.1 企画提案募集開始	令和元年7月24日(水)
4.2 企画提案に関する説明会(参加予定者必須)	令和元年7月29日(月)
4.3 企画提案書の作成等に関する質問受付期限	令和元年8月9日(金)
4.4 企画提案書の作成等に関する質問への回答日	令和元年8月16日(金)
4.5 企画提案書の提出期限	令和元年9月2日(月)
4.6 一次選考の通知(プレゼンテーション参加可否)	令和元年9月5日(木)
4.7 二次選考(プレゼンテーション)(参加者必須)	令和元年9月10日(火)
4.8 最終選考の通知	令和元年9月18日(水)
4.9 契約締結及び業務開始	令和元年9月下旬以降

## 5 応募方法

### 5.1 企画提案に関する説明会

- (1) 実施日: 令和元年7月29日(月) 午後1時30分から1時間程度
- (2) 実施場所: 地方競馬全国協会 会議室  
(東京都港区麻布台2丁目2番1号 麻布台ビル北館4階)
- (3) その他: 出席の事前連絡は不要だが、当日の受付にて担当者の名刺を提出すること。

### 5.2 企画提案書作成等に関する質問の受付

応募に関する質問を以下のとおり受け付ける。ただし、企画提案に必要な媒体の具体的内容や評価基準等の質問については、公平性の確保及び公正な選考の観点から受け付けない。

- (1) 受付期限: 令和元年8月9日(金) 午後4時まで
- (2) 受付方法: ① 原則、電子メールのみとする。  
② 電子メールのアドレスは以下のとおり。

zensyukyou@lime.ocn.ne.jp

(全国公営競馬主催者協議会 担当：秋田)

- ③ 電話や口頭、受付期間外での質問については、軽微な確認事項以外は受け付けない。

- (3) 回答方法：質問に対する回答は、令和元年8月16日（金）までに提案の意思を示した全社へ電子メールで行う。ただし、質問又は回答の内容が質問者の具体的な提案事項に密接に関わるものについては、質問者に対してのみ回答する。

また、質問の内容によっては回答しないこともあるが、その場合はその旨も連絡する。

### 5.3 企画提案書の提出

企画提案に参加しようとする者は、提案書作成要領に従い企画提案書を作成の上、別紙様式第2号及び精緻な費用概算見積書を提出すること。

- (1) 提出期限：令和元年9月2日（月） 午後5時まで  
(2) 提出先：全国公営競馬主催者協議会 秋田（TEL 03-3505-4155）  
（東京都港区麻布台2丁目2番1号）  
(3) 提出方法：次のいずれかの方法による。
- ① 持参 … 予め電話連絡の上行うこと。
  - ② 郵送 … 予め郵送する旨を電話連絡の上、外包に「令和元年度年末年始広報等競馬振興事業 企画提案書在中」と朱書きし、書留郵便により提出期限までに必着のこと。

## 6 業務委託候補者の選考

### 6.1 業務委託候補者の選考方法

全国公営競馬主催者協議会が設置する選定委員会において、提出書類及びプレゼンテーションの総合評価により、審査し、総得点が満点の6割以上の提案者の中から最も優れていると判断される事業者を1者選定して業務委託候補者とする。

企画提案応募者が1者の場合でも、総得点が満点の6割以上となった場合においては、業務委託候補者とする。

なお、企画提案応募者が6者を超えない場合は、すべての応募者がプレゼンテーションに参加できるものとし、令和元年9月5日（木）までにその旨通知する。

企画提案応募者が6者を超える場合は、上記選定委員会において企画提案書のみによる一次選考を行い、二次選考（プレゼンテーション）に参加できる者を選定し、令和元年9月5日（木）までに通知する。

## 6.2 プレゼンテーション実施日時等

- (1) 実施日：令和元年9月10日（火） 午前10時から午後5時
- (2) 実施場所：地方競馬全国協会 会議室  
(東京都港区麻布台2丁目2番1号 麻布台ビル南館4階)

## 6.3 プレゼンテーション実施方法

- (1) 一応募者当たりの持ち時間は45分（説明30分・質疑応答15分）とし、全国公営競馬主催者協議会が指定した時刻から順次、個別に行うものとする。
- (2) 事前に提出された企画提案書に基づき、プレゼンテーションを行うこと。追加資料の配布を要する場合は、全国公営競馬主催者協議会あてに、プレゼンテーションの前日（令和元年9月9日（月））までに申告し、必ず了承を得た上で配布すること。
- (3) プロジェクターやモニター等の機材を用いてプレゼンテーションを行う場合は、企画提案書の提出時に申し出ること。また、これらの機材に関しては、応募者が用意すること。

## 6.4 選考結果の通知

- (1) 通知日：令和元年9月18日（水）
- (2) 通知方法：すべての企画提案応募者に対して、電子メールで個別に通知する。
- (3) その他：審査及び選考結果に関する質問には応じない。

## 7 評価基準・配点

下記の審査項目及び配点（合計100点）により評価する。

なお、一次選考を実施する場合においても、本審査項目及び配点に基づき評価する。

- (1) 業務の実施目的及びキービジュアルの評価（配点30点）
- (2) キービジュアルを活用した広報媒体選定の評価（配点55点）
- (3) 業務の実施体制及び事業の効率性（費用割合）は適切か（配点15点）

## 8 予定事業費

210,000,000円（消費税及び地方消費税の額を含む）

## 9 失格事由

9.1 次のいずれかに該当する場合は、応募者を失格とする。

- (1) 提出された企画提案書等に記載されている文字の判読が困難である場合又は文意が不明である場合
- (2) 本企画提案依頼書で定める事項に従っていない場合
- (3) 同一の応募者が2つ以上の企画提案書を提出した場合
- (4) 企画提案方式による公正な企画提案の執行を妨げた場合
- (5) 民法（明治29年法律第89号）第90条（公序良俗違反）、第93条（心裡留保）、第94条（虚偽表示）又は第95条（錯誤）に該当する提案を行った場合
- (6) 発表済の内容と酷似した提案を行った場合

## 9.2 その他

- (1) 企画提案書等の提出を取り下げる場合には、速やかに「取下願」（様式第4号）を提出すること。
- (2) 取下願の提出があった場合も、既に提出された企画提案書等は返却しない。
- (3) 企画提案書等の再提出は認めない。
- (4) 審査は、提出された企画提案書等により行うが、提案内容について説明を求める場合がある。

## 10 その他の必要事項

### 10.1 契約に関する条件等

- (1) 契約方法  
業務委託候補者と協議の上、予定事業費の範囲内で随意契約を行う。
- (2) 仕様書の決定  
業務委託候補者は、契約にあたり仕様書を発注者と協議の上、決定すること。  
ただし、協議の結果、一部調達内容を変更することがある。
- (3) 成果物の利用（二次利用等）  
本業務による成果物の著作権は、原発注者に帰属する。ただし、すでに第三者による権利がある著作物は著作権所有者に帰属するが、委託者が業務に必要な範囲で使用する場合は、その権利関係に問題がないように受託者（再委託により受託者となった者も含む。以下同じ。）の責任において処理を行う。  
また、関係機関への提供等、二次的な利用も可能となるよう対応すること。
- (4) 機密の保持  
受託者は、本業務を通じて知り得た情報を機密情報として取り扱い、委託者の了解のないまま契約の目的以外に利用し、又は第三者に提供してはならない。また、本業務に関して知り得た情報の漏えい、滅失、き損の防止、その他の適正な管理のために必要な措置を講じなければならない。契約終了後もま

た同様とする。

(5) 個人情報の保護

受託者は、本業務を履行する上で個人情報を取り扱う場合は、個人情報の保護に関する法律（平成 15 年法律第 57 号）を順守しなければならない。

## 10.2 その他

- (1) 提出された企画提案書等は返却しない。
- (2) 企画提案応募者又はその代理人（別紙様式第 1 号を提出のこと）が当該本人であることを確認するため、身分証明書又は名刺等の提示又は提出を求めることがある。
- (3) 上記に定めた企画提案書の提出期限を過ぎた場合においては、如何なる理由においても、当該企画提案を受け付けない。
- (4) プレゼンテーションに際し、全国公営競馬主催者が指定した時刻に遅刻した場合においては、プレゼンテーションの実施は原則認めない。ただし、特別な理由により指定時刻までに参集できない場合においては、客観情勢の許される範囲内で、プレゼンテーションの開始時刻を若干遅延させることがある。
- (5) 企画提案に要する費用は、すべて企画提案応募者の負担とする。
- (6) 企画提案応募者が無かった場合、応募者全員が失格となった場合又はすべての提案が事業目的を達することができないと判断した場合には、本公募を取りやめ、再度公募する場合がある。なお、再度公募を実施するにあたっては、必要に応じ、公募内容を変更する場合がある。
- (7) 本業務に係る訴訟の必要が生じた場合は、発注者の所在地を管轄する東京地方裁判所を専属的合意管轄裁判所とする。
- (8) 問い合わせ先

〒106-0041 東京都港区麻布台 2 丁目 2 番 1 号

全国公営競馬主催者協議会 担当：秋田

平日 10 時～17 時（12 時～13 時を除く）

TEL：03-3505-4155 / FAX：03-3505-4156

E-Mail：zenshukyou@lime.ocn.ne.jp

# 『令和元年度 年末年始広報等競馬振興事業』 提案書作成要領

令和元年7月24日  
全国公営競馬主催者協議会

企画提案依頼書（5.3 企画提案書の提出）で規定する提案書は、以下の要領のとおり制作すること。

## 1 作成様式等

### 1.1 様式

- (1) A4 横用紙・横書き・短辺の左綴じ・両面印刷とし、ページ番号を付すこと。ただし、記述内容によっては、見易さ等に配慮して A3 用紙の使用を可とする。ページ数については、全体で 70 ページ以内とする。
- (2) 日本語で記載すること。ただし、外国語（カタカナ等）で表記することが一般的である事項についてはこの限りではない。

### 1.2 留意事項

- (1) 当協議会が特段の専門的知識を有することなく、理解が可能なものとする。
- (2) 提案書は、後述する記述項目に従って作成すること。
- (3) 上記 (1)、(2) の内容が不備と判断した場合は、提案書の評価を行わない場合がある。また、補足説明の実施や補足資料の提出を求めることがある。

## 2 提案書の記述項目

### 2.1 年末年始広報の全体企画立案及びキービジュアルの制作

- (1) 本業務の企画提案に係る目的及び目標、可能であればその根拠
- (2) キービジュアル（広報キャッチコピー、ロゴ、バナー、その他各種グラフィック類）

### 2.2 キービジュアルを用いた広報施策

- (1) インターネット広報事業  
イ 年末年始開催の情報を発信する特設サイトの構築・運用  
ロ WEB 広告及び WEB コンテンツによる競馬参加誘導
- (2) 一般紙・地方紙・スポーツ紙等広報事業
- (3) 映像情報提供事業（CM 制作・CM 出稿等）
- (4) 折込チラシ事業

- (5) ポスター・チラシ制作
- (6) その他、効果的と思われる提案

### 2.3 本業務の進捗管理

- (1) 本業務の実施体制及び具体的な進捗管理の方法
- (2) 本実施体制に関し、他社よりも優位性があると考えられる点【※任意】
- (3) 企画提案書に記載した各記述項目を一覧化した実施スケジュール表

### 2.4 業務報告書の提出

- (1) 効果検証の具体的な方法
- (2) 業務報告書のイメージ図

### 2.5 その他

- (1) 付加価値提案事項（オプション提案）【※任意】

予定価格の範囲外であっても、本企画提案に付加して取り組むことが効果的と思われるものがあれば記述すること。本事項は、選考の審査対象外となるが、優秀な提案については、本企画提案とは別に採用する場合がある。
- (2) 応募資格要件に定める実績（平成 28 年度以降の公営競技に関する広報業務の実績）
- (3) その他広報業務の実績及び優位性【※任意】

## 3 提出物

提案書は、紙媒体により、正本 1 部、副本 25 部（1~25 まで番号付けすること）を提出すること。また、提案書の電子媒体を CD-R 等に保存したものを 2 式提出すること。併せて、費用概算見積書も添付すること。

## 4 提出方法

企画提案依頼書（5.3 企画提案書の提出）に記載のとおり。

## 5 留意事項

本企画提案にあたっては、原則、最適と考える 1 案のみ提案すること。ただし、キービジュアルについては、明確な提案根拠を有する場合に限り、2 案まで提案できるものとする。





# 企 画 提 案 書

令和 年 月 日

全国公営競馬主催者協議会  
常任理事 鈴木 邦 則 殿

- 1 件 名 令和元年度 年未年始広報等競馬振興事業一式
- 2 提案予定額 金 \_\_\_\_\_
- 3 契約条件 仕様書その他一切貴協議会の指示による。

上記のとおり企画提案いたします。

住 所  
商号又は名称  
代表者氏名 (印)  
(代理人氏名 (印))  
(復代理人氏名 (印))

- 【注意】**
- 1 提出年月日は必ず記入のこと。
  - 2 金額は円単位とし、アラビア数字をもって明記すること。
  - 3 金額の訂正はしないこと。
  - 4 用紙は、A4判とする。
  - 5 ( )内は、(復)代理人が入札するときを使用すること。  
この場合、代表者印(及び代理人印)は不要とする。
  - 6 委任状は別葉にすること。

## 暴力団排除に関する誓約事項

当社（個人である場合は私、団体である場合は当団体）は、下記1及び2のいずれにも該当しません。また、将来においても該当することはありません。

この誓約が虚偽であり、又はこの誓約に反したことにより、当方が不利益を被ることとなっても、異議は一切申し立てません。

また、貴協議会の求めに応じ、当方の役員名簿（有価証券報告書に記載のもの。ただし、有価証券報告書を作成していない場合は、役職名、氏名及び生年月日の一覧表）を警察に提供することについて同意します。

## 記

## 1 契約の相手方として不適当な者

- (1) 法人等（個人、法人又は団体をいう。）の役員等（個人である場合はその者、法人である場合は役員又は支店若しくは営業所（常時契約を締結する事務所をいう。）の代表者、団体である場合は代表者、理事等、その他経営に実質的に関与している者をいう。）が、暴力団（暴力団員による不当な行為の防止等に関する法律（平成3年法律第77号）第2条第2号に規定する暴力団をいう。以下同じ）又は暴力団員（同法第2条第6号に規定する暴力団員をいう。以下同じ。）であるとき
- (2) 役員等が、自己、自社若しくは第三者の不正の利益を図る目的、又は第三者に損害を加える目的をもって、暴力団又は暴力団員を利用するなどしているとき
- (3) 役員等が、暴力団又は暴力団員に対して、資金等を供給し、又は便宜を供与するなど直接的あるいは積極的に暴力団の維持、運営に協力し、若しくは関与しているとき
- (4) 役員等が、暴力団又は暴力団員であることを知りながらこれを利用するなどしているとき
- (5) 役員等が、暴力団又は暴力団員と社会的に非難されるべき関係を有しているとき

## 2 契約の相手方として不適当な行為をする者

- (1) 暴力的な要求行為を行う者
- (2) 法的な責任を超えた不当な要求行為を行う者
- (3) 取引に関して脅迫的な言動をし、又は暴力を用いる行為を行う者
- (4) 偽計又は威力を用いて契約担当官等の業務を妨害する行為を行う者
- (5) その他前各号に準ずる行為を行う者

上記事項について、企画提案書の提出をもって誓約いたします。

取 下 願

年 月 日

全国公営競馬主催者協議会 殿

〒

届出者 住 所

氏 名



年 日 日付けで提出した「令和元年度 年未年始広報等競馬振興事業」の企画提案について、次のとおり取り下げをお願いいたします。

提出年月日	年 月 日	
担当者 (問い合わせ先)	部署	
	氏名	
	電話番号	
取り下げの理由		
※ 整理番号		

※の欄には、記載しないこと。