

仕 様 書

1 委託業務名

令和2年度文化庁メディア芸術祭地方展の企画・運営

2 事業の目的

文化庁メディア芸術祭地方展（以下「展覧会」という。）を開催し、地方において優れたメディア芸術を鑑賞する機会を提供することにより、地方におけるメディア芸術の認知度の拡大や、メディア芸術の振興及び普及を促進し、我が国のメディア芸術の創造とその発展を図ることを目的とする。

3 委託業務の概要

本委託業務が対象とする「メディア芸術」とは、デジタル技術等を用いて作られたアート作品、エンターテインメント作品、アニメーション作品及びマンガ作品とする。

本委託業務は、地方において、文化庁メディア芸術祭の受賞作品（審査委員会推薦作品を含む）（以下「受賞作品」という。）を中心としたメディア芸術を展示・上映し、解説等を行う展覧会を開催し、優れたメディア芸術の鑑賞機会を提供するものである。

4 業務期間

委託契約締結日から業務が完了した日又は令和3年3月31日のいずれか早い日までとする。

5 委託業務の範囲

受託者は、本委託業務に係る下記の業務を行うものとする。

- (1) 展覧会を運営する事務局の設置及び事務局業務
- (2) 展覧会の開催に係る業務
- (3) 展覧会の周知等に係る業務
- (4) その他、必要とされる業務

6 業務内容の詳細

(1) 展覧会を運営する事務局の設置及び事務局業務

- ① 本委託業務の運営に係るスケジュール・経費の管理（謝金規定等の作成を含む）、及び展覧会の企画、運営、事務等の実務を行うための実施体制を有する事務局を設置する。

- ・本委託業務に関して必要となる全ての経費について、適正に収支の管理を行うこと。
- ・謝金規定の作成における単価等の設定については、「2 事業の目的」

「3 委託業務の概要」を踏まえた公共性の高い適切な金額及び基準を設定し、文化庁の同意を得るものとする。

・本委託業務を滞りなく行えるよう、適切な実施体制を確立すること。

② 本委託業務に関する渉外窓口及び広報を行う。

(2) 展覧会の開催に係る業務

① 展覧会の開催に係る企画立案

展覧会の開催に関して以下の項目を企画すること。企画に際しては、メディア芸術に関する認知度が、幅広い年齢層に得られる効果的な企画となるよう努めることとし、興味・関心を抱かせる工夫があることが望ましい。さらに、開催地の特色を活かした企画を立案するとともに、開催地におけるメディア芸術に関する取組の継続的開催に向けた成果が残るよう工夫することが望ましい。

○会期の設定

原則10日間程度の期間を確保すること。なお、集客を考慮した期間として2週間以上の会期の設定が望ましい。

○会場の確保（開催地の選定を含む）

展示・上映作品の素材や大きさ、音響等を踏まえ、鑑賞のしやすさ等に配慮して、展示・上映スペース等を検討し、来場者、会場スタッフ及び会場内の安全管理、展示作品の管理が適切にできる会場を確保すること。複数会場を予定する場合は、各会場への来場者誘導について十分な措置を講じること。なお、多くの来場者が見込める等、集客を考慮した会場の確保が望ましい。

○開催テーマの設定

企画のコンセプトを明確にすること。開催地にちなんだテーマ等、地域の特色を活かしたテーマが望ましい。

○展示・上映等作品の選定

デジタル技術等を用いて作られたアート作品、エンターテインメント作品、アニメーション作品及びマンガ作品の4分野すべて展示又は上映等を行うこと。また、4分野とも過去の受賞作品で構成すること。

○出品者、出演者との交渉

出展作品の展示・上映方法等の出展条件の調整も含め、十分な協議を行うこと。（提案前に出展交渉を行うことも可能とする。ただし、事前交渉に関する経費、提案が不採択になった場合の補償等一切の責任は企画提案者によるものとする。提案時点ですでに、出展交渉を行っている場合は、その状況を企画提案書に記載すること。）

○受賞作品以外の展示・上映等

受賞作品以外の展示・上映等の企画についても、提案は可能とする。ただし、提案に当たっては、受賞作品の展示・上映を補完する企画とし、企画のコンセプト（メディア芸術祭に関連する内容、開催地の特性を活

かした内容等)を明確にすること。新たな作品の制作についての提案は可能とするが、制作にかかる経費の計上は不可とする。受賞作品以外の展示・上映作品数及び規模は、「3 委託業務の概要」を踏まえ、受賞作品の展示・上映数及び規模の2分の1程度を上限とすること。

なお、実施の可否については、採択された場合のみ、文化庁との協議により、文化庁が認めた場合のみ可能とする。

○展覧会の構成

展覧会は、受賞作品等の展示・上映のほか、受賞作家や専門家によるトークイベントや作品解説、ワークショップ等、メディア芸術に関する認知度を上げるような企画も立案すること。その際、参加型・体験型のイベントが含まれることが望ましい。また、若年層や教員を対象とする等、対象者を限定する企画も可能とするが、企画のコンセプトを明確にすること。なお、展覧会と併せて独自により企画される関連イベントは、企画・立案のみ本仕様書の範囲とする。

○展示計画の作成

来場者の安全管理や展示作品の管理に配慮した上で、円滑に作品鑑賞できるように、会場内の動線について工夫すること。展示作品の特質・特色を十分に把握し、それらが活かされ、良好な環境で鑑賞できるように、会場の空間設計及び作品レイアウトを行うこととし、会場の特性を活かした展示計画を作成することが望ましい。

○来場者の輸送・動員計画

円滑な各会場へのアクセス(会場が複数ある場合は相互のアクセスも含む)や集客等の計画を行うこと。なお、来場者の安全性に配慮した計画とすること。

② 作品の輸送、設置・撤去

作品の特性に留意し、作品に汚損・破損・盗難等の損害が生じないように、必要に応じて梱包や美術品保険加入等の手続きを行い、適切に管理を行うこと。

③ 展示作品に関する解説資料や展示用キャプションの制作

来場者が適切に作品鑑賞や体験ができるよう、作品解説等が記載された資料やキャプション等を制作し、設置・配布すること。また、来場者に展覧会や文化庁メディア芸術祭の主旨・目的や概要の周知が図れるよう工夫すること。

④ 展覧会の運営(展示・上映、解説等の実施)

当日の運営(事前の会場設営及び事後の撤去等を含む)については、事前に連絡体制、対応に係る必要な準備を行い、文化庁と協議の上、マニュアルを作成すること。

運営に当たっては、来場者対応及び警備業務(作品の監視業務を含む)等に十分留意すること。

⑤ 展覧会の実施に必要とされる保険の加入

⑥ 展覧会来場者等に対するアンケート等の実施

来場者等に対して、アンケート調査の実施や来場者数、イベント参加者数の把握等の事業の効果検証を行うこと。アンケート調査の調査項目については、以下を含め、必要に応じて項目を追加すること。来場者数、イベント参加者数は、原則、日別及び会場別に把握し、アンケート結果と合わせて、委託業務成果報告書にて文化庁に報告すること。

○調査項目

- ・来場者の属性（性別／年齢／居住地等）
- ・文化庁メディア芸術祭地方展の認知経路
- ・来場目的、来場動機
- ・「メディア芸術」への関心度、認知度
- ・文化庁メディア芸術祭地方展（展示・上映作品等）に対する意見・要望

⑦ 展覧会の実施における企画担当者の配置

展覧会の実施に際して、事業運営の中核を担う企画担当者を配置すること。企画担当者の資格等は問わないものとするが、メディア芸術又は美術展覧会等の事業の企画・運営を行った実績を有することを必須とする。

⑧ 開催地との連携

開催地の地方公共団体や地元企業等との連携、地元人材等を活用した企画とすること。提案に際しては、開催地における地域住民へのメディア芸術の認知度の拡大やメディア芸術に関する継続的な取組の創出、展覧会開催の知見や技術の獲得など連携によって期待される効果も記載すること。

（３）展覧会の周知等に係る業務

① 展覧会の開催に関する広報・宣伝活動

展覧会を広く周知するための広報・宣伝活動を実施する。作成した広報物、掲載記事等は随時、文化庁に提出すること。提案に当たっては、集客を見込んだ広報媒体・周知方法等、戦略的な広報計画を作成すること。

展覧会の公式ウェブサイトを構築・運用し、保守管理を行うこと。なお、使用するドメインについては文化庁から付与するものとし、文化庁と協議の上、そのドメインが使用できるサーバー環境を確保すること。

※広報・宣伝活動の実施例

- ポスター・チラシ等の制作、配布
- 広告出稿（ウェブ、新聞、雑誌、交通等）
- プレスリリース配信
- SNS等での情報発信
- 報道機関向け内覧会の実施 等

② 写真・映像等の記録

展覧会の概観、会場風景等について写真や動画などの記録を撮影すること。なお、文化庁から提供依頼を受けた際は、協力すること。

③ 広報用データの管理・提供

展覧会に関する公開可能な情報、画像・動画データ等を管理し、文化庁から提供依頼を受けた際は、作品の著作者の承諾や、媒体への掲載に関する留意事項等を取りまとめた上で、提供を行うこと。なお、委託業務期間終了後も継続して管理・提供に努めること。

④ 実施記録のアーカイブ

実施記録のアーカイブのため、文化庁メディア芸術祭総合ウェブサイト (<https://j-mediaarts.jp>) の地方展ページに、令和2年度展覧会の開催概要・実施状況等（展覧会の概観、会場風景等についての写真等を含む）の情報を追加すること。本ウェブサイトは第24回文化庁メディア芸術祭（コンテスト）事業受託者が管理しているため、掲載に当たっては、当該事業受託者と連携すること。

（４）その他

- ① 経費執行の面からも戦略的な計画を行い、展覧会の質の確保に努めること（例：地方公共団体の共催による会場借用費の減免、地方公共団体や地元団体の協力による広報・宣伝活動の強化、企業の協賛による展覧会の質の向上 等）
- ② 共生社会の視点を踏まえた取組があることが望ましい。
- ③ その他、展覧会における新たな波及効果が見込まれる取組を期待する。

【参考】令和元年度開催実績

- ・文化庁メディア芸術祭 長崎展
「ワンダリングワールド ～メグル・ココロ・オドル～」
会期：令和2年1月8日（水）～1月19日（日）
会場：長崎県美術館（長崎県長崎市出島町2番1号） ほか
- ・文化庁メディア芸術祭 小樽展
「メディアナラティブ ～物語が生まれる港街で触れるメディア芸術」
会期：令和2年1月11日（土）～1月26日（日）
会場：小樽市産業会館（北海道小樽市稲穂2丁目17番1号） ほか
- ・文化庁メディア芸術祭 歴代受賞作品
<http://archive.j-mediaarts.jp/>

7 委託業務遂行上の留意点

- （１）委託契約締結後でなければ事業に着手することができないため、事業開始日には十分に留意すること。
- （２）業務の遂行に当たっては、文化庁と綿密な打合せを行うとともに、業務の

進捗状況等について情報共有すること。また、打合せの都度、記録を作成すること。

(3) 本仕様書に定めがない事項については、文化庁と十分な協議の上、行うものとする。

8 その他

新型コロナウイルス感染症の感染拡大を防止するため、各種文化イベントの中止、延期又は規模縮小等の対応がなされているところであり、今後の動向も不透明な状況である。

本企画提案に際しても、上記の影響や予測される状況を鑑み、会期までの実施スケジュールや会期中の対応等、想定しうる事項をあらかじめ検討した上で企画提案を行うこと。