

2025 年日本旅展台灣館展攤設計及營運執行招標案

財團法人台灣觀光協會(以下簡稱本會)受交通部觀光署委託，於 2025 年 9 月 25 日至 9 月 28 日參加日本旅展(Tourism EXPO Japan)，針對該展台灣館設計施工及活動營運事宜等徵求承辦廠商。茲就本活動招標重點說明如下：

壹、委辦項目：台灣館搭建、營運及宣傳行銷規劃

一、目的：

透過日本旅展台灣館之設計、活動內容及宣傳，展現台灣觀光的魅力和特色，達成吸引日本中部旅客來台旅遊之目標。

二、活動概要：

1. 日本旅展台灣館之設計、搭建及營運：

- (1) 日本旅展 / ツーリズム EXPO ジャパン 2025 愛知・中部北陸
- (2) 時間：2025 年 9 月 25 日至 28 日(業者日：9/25-26；大眾日：9/27-28)
- (3) 地點：Aichi Sky Expo (愛知県国際展示場)
- (4) 攤位位置：待主辦單位確認後通知承辦廠商。
- (5) 攤位面積：台灣館預計 32 格，每格面積 3*3 公尺，總面積共 288 平方公尺。包含下列空間，配置如下(實際配置依主辦單位最終公布為主)：
 - 台灣區(島型)：12m*18.75m=225 平方公尺；25 格 (含舞台、業者展區、體驗區及觀光資訊台等)
 - 二類攤位區(獨立區域不與台灣館相連)：6 個單位共 7 格。本區攤位設計、輸出及施作均須納入台灣館整體設計及報價中，僅佈置空間之電子素材由各縣市政府提供。

2. 宣傳行銷：

針對本活動規劃對活動及台灣觀光具宣傳效益之行銷方案，提案應包含執行期程、露出時間、預計觸及目標客群、數量及預期來客數等效益數字，並選擇最佳管道投放，達到吸引日本民眾來台之目標。

※細節需求請見貳之二、宣傳行銷

三、預算：

包含日本旅展台灣館搭建、設計及活動內容發想、營運等執行費用，以及宣傳行

銷費用，共計新台幣 480 萬元(含稅)，最後執行經費須經本會與廠商議價後（幣別：新台幣）訂定。

貳、 需求說明：

一、 設計主軸

須貼合「ビビビビ！台湾！」宣傳主軸，搭配交通部觀光署 3.0「Taiwan waves of wonder」LOGO，吸引日本青(20-39 歲)、壯(40-69 歲)年客群來台。

Logo 規範、素材及及搭建設計參考：

<https://drive.google.com/drive/folders/1WE9ie0JRb1qNXt3cxXFFR1RLiAQezwHo?usp=sharing>

※素材僅限本次投標使用。

二、 宣傳行銷(至少提案 3 種不同媒介)

以增加活動來場人數、擴大台灣觀光知名度為目標，於展期前、中或後期宣傳。

1. 主題：運用「ビビビビ！台湾！」Slogan，傳達台灣美食和熱情友善深植人心的形象。
2. 時間：前期宣傳應至少至活動 2 週前開始執行(不同媒體應規劃不同波段宣傳期程)。
3. 宣傳管道：電視廣告、廣播平台、電子或紙本新聞、3D 電視牆、電車或電子看板、廣告空間/版位……等，也可利用跨界或網紅影片推薦等方式，達成吸引民眾來訪台灣館之目標。
4. 目標客群：以日本青年(20-39 歲)客群為主，熟齡客群為輔。
5. 宣傳規劃：廠商提案應包含目標客群輪廓、媒體特性、執行期程、廣告露出時段及預計觸及人數等相關數據。

三、 台灣展館設計搭建及施工

1. 台灣館設計(請擇一款提案，勿提供兩款，不論選擇哪一款，提案內的互動體驗、及客活動內容皆應與該主題相呼應)：

(1) A 款：

以「Taiwan waves of wonder」LOGO 為主軸，運用 CIS 四季風格色彩及觀光元素進行設計，台灣館需以弧形蜿蜒的曲線呈現台灣高山、海洋等特色。

(2) B 款：

以觀光署日本市場 Slogan「ビビビビ!台湾」主視覺進行延伸設計，搭配「來台灣喝一杯」的概念，突顯台灣作為飲品王國，友善、熱情的觀光印象，館內設計搭建可參考實際台灣的飲品地點或場景（如：手搖飲料店、咖啡廳、茶席……等）。

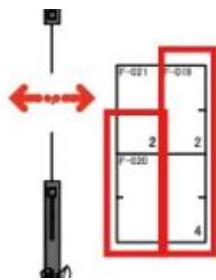
※展館設計意想可參考貳之一、設計主軸。

- 為突顯台灣館識別度，展館設計應至少高於 5 米，並以超高/吊點/懸升氣球等呈現大型 Taiwan logo 及漢字「台灣」，以燈殼字方式呈現更佳。
- 為體現台灣環保永續的觀光印象，展館搭建設計及空間使用之材料，應以可回收再利用的科技環保素材為主，呼應 SDGs 趨勢，但請勿以大型 Truss 結構，或大面積制式搭建隔板為視覺主軸。

2. 台灣館空間規劃、硬體搭建：

(1) 二類攤位館：每攤位 3*3m(9 平方公尺)，攤位內應包含倉儲空間、參展單位名稱看板、接待櫃檯、椅子、基本電力及插座*2 個、基本燈光、可供張貼印刷之背板(至少兩面)。該區包含：故宮博物院(2 格)、新竹市、嘉義縣、花蓮縣、台南市、澎湖縣。共 6 單位 7 格。

配置可參考下圖，為獨立空間不與台灣館相連。



(2) 台灣館：

- A. 舞台：可供約 8-10 人之舞蹈團體演出之舞台(演出團體由本會提供)，並規劃大型螢幕或 LED(牆)供影像播放，達到聚眾效果。
- B. 開放式洽談區/DIY 體驗區：本區為多功能用途，空間須可同時容納 4 組以上之業者洽談，包含桌椅、插座等，並配合業者日及民

眾日等不同時段可做為辦理 DIY 體驗之運用。

- C. 互動體驗區：規劃 1 款互動遊戲及其他合適之互動效果，互動內容需符合展館整體印象。可規劃拍照牆、小遊戲、或是利用科技工具如：影視、AI 生成、沉浸式互動等(如互動投影等)。如互動體驗須使用其他素材，廠商並應協助後製既有之影片或設計相關素材。
- D. 台灣觀光資訊櫃台：櫃檯下方需規劃可上鎖之儲物空間，另需規劃至少可放置 15 種以上之紙本文宣空間（以 A4 尺寸計），亦可規劃以書架形式供民眾自由拿取。
- E. 業者展區：同時段需可容納至少 30-40 位業者，每單位至少應保留 90 公分以上空間，包含座椅或站靠椅，及參展單位名稱看板(看板應可抽換)，展櫃需有簡單儲物空間(需可上鎖)及 DM 擺放空間；兩到三個展區需配置一組插頭，並保留出入走道。
- F. 音控室：含燈光及音控師，以及操作舞台螢幕投影所需電腦及技術人員。
- G. 儲物及其他服務空間：須可容納至少 4 張椅子、1 張桌子和 1 個置物架，供參展單位使用。

3. 台灣館活動內容規劃及執行營運：

(1) 台灣館開幕儀式發想及執行

(2) 集客和舞台活動：

- A. 每日規劃至少 3 場集客活動，如：台灣知識問答遊戲、喔熊互動舞蹈等，活動應配合業者日和民眾日音量限制，而有所區別。
- B. 民眾日邀請 1-2 名與台灣有連結，且具影響力的藝人、團體或網紅，利用現場表演、直播、講座、現場烹飪……等方式吸客。(請提案至少 2 款民眾日舞台活動)

(3) 人力規劃：台灣館應至少配置下列人員，其餘人力由廠商依需求自行增加。

- A. 舞台活動主持人：每日至少 1 名主持人，主持開幕儀式及集客、舞台活動等，諳簡單中文者為佳。

- B. 工作人員：至少 8 位(含整體運營總監)，其中 3 位需諳中、日文，對台灣有基礎認識，能夠簡單回應現場民眾問題，若非日本籍則以台籍為佳。工作內容包含：
- a. 於展前將資料置妥於各展位
 - b. 服務及協助回答現場觀眾提出之問題
 - c. 展館營運
 - d. 舞台節目進行及秩序維護
 - e. 協助民眾進行互動體驗、DIY 體驗教學協助
 - f. 展館環境清潔及執行防疫措施
 - g. 穿戴觀光署「喔熊」人偶演出規定舞蹈，與觀眾互動
- C. 燈光音控師：每日至少 1 名，操作館內專業音響燈光器材。
- D. 靜態攝影：安排 1 位專業攝影師(非手機拍攝)拍攝展館空景、台灣館各區、人潮造訪狀況、民眾體驗狀況及舞台表演等照片，每日 100 張(共 400 張)，展期間每日下午 14 點前應先精選 15 張照片提供挑選發稿，其餘照片檔案應於活動結束後一週內繳交電子檔。
- E. 動態攝影(將公開播放，請確保錄影的肖像權益)：展期四天應安排 1 名專業錄影師，拍攝台灣館開幕式、DIY 體驗、現場活動及觀眾互動畫面等，旅展結束後一週內應剪輯為 60 秒及 90 秒影片各 1 支。

※短影片範例參考連結：

<https://drive.google.com/drive/folders/1u6A0Mj7Um61T3i1QHvn8rGMgFkGixQot>

四、報價規範

1. 廠商報價應包含上述各項目之單價、複價及佔比。
2. 廠商報價單項可顯示為外幣，惟總金額應換算為台幣(請以 6 月 1 日台灣銀行牌告即期賣出匯率計算)。

參、投標截止日：2025 年 7 月 23 日下午 15 時(台灣時間)止。

肆、投標方式：

一、本國廠商與外國廠商皆可參加投標，投標廠商應以繁體中文撰寫企劃書。投標時請檢附下列文件：

1. 資格證明文件（若為日本廠商，以下證明得以日文提供，其他國外廠商請以中文提供）

(1) 公司簡介

(2) 公司登記或設立證明(影本)。

(3) 最近一期營業稅完稅證明文件(影本)。

2. 企劃書紙本 6 份(繁體中文)、電子版 1 份，內容應包含：

(1) 台灣館設計及活動運營

- 提出一款設計，並提供各區空間配置、平面及 3D 立體配置圖等
- 舞台活動、集客活動等提案及執行，並詳述活動內容。(至少 2 款)

(2) 活動宣傳及媒體曝光規劃。

(3) 人力編組、工作進度管理規劃。(含舞台主持人)

(4) 以往承辦相關工作實績。

(5) 報價單：須含「貳、需求說明」之各項需求及細項，以及台灣館電力費用，並請以新台幣含稅價格報價(單價可以日幣；總價須為新台幣)，並加蓋公司負責人印鑑章。

以上文件請於 2025 年 7 月 23 日台灣時間下午 3 時前以掛號寄達或親送至本會。(郵寄請於該時間前寄達本會)

- 收件人：高韻如專員收
- 郵寄地址：台灣臺北市忠孝東路 4 段 285 號 8 樓之 1
- 電話：+886-2-2752-2898/E-mail：judy@tva.org.tw
- 請於信封註記：

■ 投標 2025 年日本旅展台灣館展攤設計施工及營運執行招標案

■ 投標廠商公司名稱(例如：ABC 株式會社)

二、本會得視狀況通知廠商親至本會或以視訊方式參加評選會議，符合資格之投標廠商均應派員參加(至多 3 名)，並以中文說明企劃內容，投標廠商不得拒絕（評選日期另訂）。

伍、決標方式：

本案為專業性之勞務採購，將以廠商提案之服務內容、品質及價格依下方第柒項評選標準評定之。

陸、評選會議：確切日期另行通知。

柒、評選標準及辦法：採序位法，評選項目之評分加總轉換為序位後，以序位合計值最低且平均總分在 80 分以上者為最優廠商，依此排序次優等。最優廠商有 2 家以上時，標價低者為優先議價對象，若報價相同時，擇平均總分較高者優先議價商。若仍相同者，經機關首長或評選委員會出席委員過半數決定最優者為優先議價對象。評選項目及配分如下（總分 100%）：

一、展館搭建及空間規劃 25%

二、展館設計 25%

三、展館活動規劃 10%

四、事前宣傳及媒體曝光 20%

五、人力及服務品質 5%

六、以往承辦相關工作實績 5%

七、價格 10%

捌、其他：

一、得標廠商應遵守大會規定，負責於大會指定期限內完成所需之電力及用水申請。

二、得標廠商應於展覽期間於日本旅展台灣館配置至少 1 名現場人員，即時配合處理台灣館展覽期間軟、硬體及器械操作等問題之排除。

三、得標設計圖需配合本會進行修改至定稿，廠商需具備活動現場調整輸出之能力。

四、廠商應充分了解並遵守日本旅展(Tourism Expo Japan)主辦單位之相關規定，如因廠商疏忽造成本會之權益損失，廠商應負賠償之責。

五、廠商資格證明文件、企劃書逾期送達者，或經審查資格條件不符本須知所者，取消參選資格。

六、參選廠商所寄(送)達之投標文件，除另有規定外，不得要求更換或補充任何資料，本會審查廠商投標文件時，發現其內容不明確、不一致或明顯打字或書寫錯誤情形者，得通知廠商提出說明，以確認其內容之正確。如係明顯打字或書寫錯誤且與標價無關者，得允許廠商補正。不論入選與否，本會均得就已開標部分，保留一份不予退還或僅保留影本。

七、本會不負擔企劃書撰寫及提送等一切費用。

玖、特殊情況：

一、廠商執行本活動相關經費，應於事前告知本會，取得本會同意後，始得進行後續作業；反之，未經本會同意之相關作業支出，本會得拒絕支付，衍生之損失概由廠商自行負責。

二、如因天災、事變(如 COVID-19 疫情)等不可抗力或不可歸責於本會與廠商等事由，致活動無法如期舉辦時，本會得依舉辦單位之通知展延履約期程，廠商應予配合，如無法配合，本會得逕行解除契約，不負任何賠償責任。活動如取消舉辦，廠商於接獲本會通知後，應儘速提供各項支出之明細(含截點、比例)並檢據送本會，經本會認可後支付相關費用。

壹拾、 廠商得標後，應於議價後起 15 日內與本會簽訂契約，逾期未簽訂者，視同放棄資格，1 年內不得參與本會委託業務之甄選。但因其它非可歸責於該廠商之事由，經本會另訂適當期限，而於期限內完成簽約者，不在此限。

壹拾壹、 本案招標業務內容之查詢，請洽張恩維先生，電話 +886-2752-2898 分機 51。

ツーリズム EXPO ジャパン 2025 台湾パビリオン展示ブース 設計及び運営・施工業務に係る入札案

財団法人台湾観光協会(以下、本会)は、交通部観光署からの委託を受け、2025 年 9 月 25 日～9 月 28 日に愛知で開催されるツーリズム EXPO ジャパンに出展するにあたり、台湾パビリオンの設計、施工及び関連イベントの運営などの受託業者を募集します。入札の詳細は以下の通りです。

壹、委託項目:観光マーケティングイベントの運営、設営、プロモーション、マーケティング企画

一、目的:

ツーリズム EXPO ジャパンにおける台湾パビリオンのデザイン、イベント内容および広報を通じて、台湾観光の魅力と特色を発信し、美食、テクノロジー、テーマ別旅行などの要素を活用することで、日本中部地方の旅行者を台湾観光へと誘致することを目指します。

二、イベントの概要:

1. ツーリズム EXPO ジャパン台湾パビリオンのデザイン・設営及び運営:

- (1) ツーリズム EXPO ジャパン 2025 愛知・中部北陸
- (2) 日程:2025 年 9 月 25 日から 28 日(業界日:9/25-26、一般日:9/27-28)
- (3) 場所:Aichi Sky Expo (愛知県国際展示場)
- (4) ブース位置:主催者が確認後、通知します。
- (5) ブース面積:台湾パビリオンのブースは合計 32 小間、各ブースの面積は 3x3m、総面積は 288 m²を予定しています。ブースのスペースと配置は以下の通りです。(実際の配置は主催者の最終発表に準じます。)
 - A. 台湾エリア(島型): 12m*18.75m=225m²; 25 小間 (ステージ、業者展示エリア、体験エリア、観光案内カウンターを含む)
 - B. 県・市政府エリア(台湾エリアと接続しない独立エリア): 6 ブース計 7 小間。このエリアのブース設計、印刷物、施工は台湾パビリオン

全体の設計と見積に含まれるもので、レイアウトスペースの資料のみ県及び市政府から提供されます。

2. プロモーション・マーケティング:

このイベントと台湾観光に効果的なプロモーション・マーケティング企画をご提案ください。提案内容には実施のスケジュール、露出の時間、予想されるターゲット層、リーチ数、予想来場者数などを含め、ターゲットに最もリーチし、日本人客の台湾観光誘致に最も効果的なツールを選びます。

※詳細な仕様については下記の貳の二:プロモーション・マーケティングの内容をご確認ください。

三、 予算:

ツーリズム EXPO ジャパン台湾パビリオンの設営・デザイン・運営及びプロモーション・マーケティングなどの費用を含め、合計 480 万新台湾ドル(税込)となり、費用は最終的に本会との値引き交渉で決定されます。

貳、 要件の内容

一、 デザインの軸:

「ビビビビ！台湾！」というプロモーションスローガンに沿い、交通部観光署 3.0 版「Taiwan - waves of wonder」ロゴを組み合わせ、「台湾テクノロジーアイランド」をコンセプトに、テクノロジー要素を活用して台湾の革新的技術と伝統文化が融合したイメージを演出し、日本の若年層(20～39 歳)および中高年層(40～69 歳)の来訪を促します。

※ロゴの使用規定、素材およびブース設計参考資料は、下記の URL をご利用ください。

<https://drive.google.com/drive/folders/1WE9ie0JRb1qNXt3cxXFFR1RLiAQezwHo?usp=sharing>

※上記の素材は、今回の入札に限り使用可能です。

二、 プロモーション・マーケティング(最低 3 種の異なる媒体を提案すること):

来場者数の増加と台湾観光の認知拡大を目指し、会期の前・中・後にかけてプロモーションを実施します。

1. テーマ:「ビビビビ！台湾！」のスローガンを活用し、台湾がテクノロジー王国であること、さらに高山や島嶼風景、さまざまな体験、美食、そして温かく親しみやすい多様な魅力を持つ国であることを訴求します。
2. 実施時期:前期プロモーションは遅くともイベント開催の 2 週間前から開始すること(メディアごとに段階的なスケジュールを策定)。
3. プロモーション媒体:テレビ CM、ラジオプラットフォーム、紙・電子新聞、3D ビジョン、電車内広告やデジタルサイネージ、広告枠など。さらに、異業種連携やインフルエンサーによる動画紹介も活用し、来場意欲を喚起します。
4. ターゲット:日本の若年層(20～39 歳)を主なターゲットとし、中高年層(40～69 歳)を副次ターゲットとします。
5. プロモーション企画要件:提案には、ターゲット像、メディア特性、実施スケジュール、広告露出時間帯、想定リーチ数などの具体的なデータを含めてください。

三、 ツーリズム EXPO ジャパン台湾パビリオンの設営、施工:

1. 台湾館のデザイン(以下のいずれか 1 案のみご提案ください。どちらを選択された場合でも、提案内容の来場者向けイベントは、そのテーマと一致すること):
 - (1) A 案:「Taiwan - Waves of Wonder」のロゴを主軸に、CIS に基づく四季の色彩や観光要素を活用したデザインとしてください。台湾パビリオン全体は、台湾の高山や海洋などの特徴を表現するよう、湾曲した弧線を用いたデザインで構成してください。
 - (2) B 案:観光署の日本市場向けスローガン「ビビビビ！台湾」のキービジュアルをベースに展開し、「台湾で、一杯どう？」のコンセプトを組み合わせてください。台湾が誇る“ドリンク王国”としての魅力や、フレンドリーで情熱的な観光イメージを表現します。館内の設計・装飾には、実際の台湾にあるドリンク関連スポット(例:タピオカドリンク店、カフェ、茶席など)を参考にしてください。。

※展示デザインの方角性については、「貳の一、デザインの軸」をご

参照ください。

- 台湾館の高さは5メートル以上とし、超高所、吊り下げ構造、浮遊型バルーン等を用いて、大型の「Taiwan」ロゴおよび漢字の「台湾」を掲出。光る立体文字で表現するのが望ましいです。
- 台湾の「環境にやさしく持続可能な観光」イメージに呼応し、使用する資材・空間設計においては、リサイクル可能なエコ素材やテクノロジー素材を優先使用してください。ただし、ビジュアルの主軸として、大型のトラス構造や大面積の規格パネルの使用はご遠慮ください

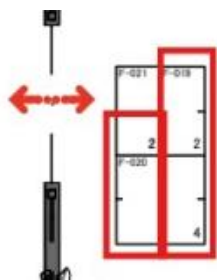
2. 台湾パビリオンのスペース利用計画、ハードウェアの設営:

(1) 県・市政府エリア:

各ブース 3x3m(9 m²)には、収納スペース、出展者名入り看板、接客テーブル、椅子、基本の電力及びコンセントx2、基本照明、印刷物用バックボード(プリント、最低2面)が含まれます。県・市政府エリアは次の通り:

故宮博物館(2 ブース)、新竹市、嘉義県、花蓮県、台南市、澎湖県。
計6団体7ブース。

配置図は下記をご参照ください。台湾エリアと接続しない独立エリア。



(2) 台湾エリア:

- A. ステージスペース: 8~10名程度のパフォーマーを想定した舞台で、集客効果を上げるため、映像を流す大型スクリーンやLED(壁面)を設置してください。
- B. オープン商談エリア/DIY体験エリア: このエリアは多機能な用

途で使用され、テーブル、椅子、コンセント等を配置し、同時に 5 組以上の業者が商談できるようにし、業界日や一般日など異なる時間帯にDIY体験ができるようにしてください。

- C. インタラクティブ体験エリア: 1 種類のインタラクティブゲームおよびその他適切なインタラクション演出を企画してください。体験内容はパビリオン全体のイメージと整合性を持たせる必要があります。フотスポットやミニゲームのほか、映像、AI 生成技術、没入型インタラクション(例: インタラクティブプロジェクションなど)のようなテクノロジーを活用した体験も検討可能です。なお、体験に追加素材が必要な場合、既存映像の後編集や関連素材のデザインについても、業者側で対応してください。
- D. 台湾観光情報カウンター: カウンターの下に施錠可能な収納スペースを確保し、15 種類以上の DM(A4 サイズ)を収納できる本棚を設置して、来場者が自由に手に取ることができるようにしてください。
- E. 業者出展エリア: 同じ区画に少なくとも 30~40 の出展者を収容でき、各ブースに 90cm以上の空間を確保して椅子またはスタンディングチェア、出展者名前入り看板(取り換え可能)、簡易収納スペース(施錠可)、DM 収納スペース、2~3 ブースに 1 セットのコンセントを備え、出入りスペースを確保してください。
- F. 音響コントロールルーム: 照明技師、音響技師、舞台スクリーン投影に必要なコンピューター及び技師が含まれます。
- G. 収納スペース及びその他サービススペース: 出展者用に最低椅子 4 脚、テーブル 1 台、物置棚 1 台を設置してください。

3. 台湾パビリオンイベント計画内容及び運営

(1) ステージオープニングセレモニー(開会式を含む)

(2) 集客とステージイベント:

- A. 毎日最低 3 つの集客イベントを行います。例: 台湾クイズ、オーベアと踊ろう等。イベントの実施にあたっては、業者日(商談日)

と一般日での音量制限に留意し、それぞれに応じた対応を行うこと。

- B. 一般日には、台湾にゆかりがあり、且つ拡散力のある芸能人、団体、インフルエンサーなど 1～2 名を招待し、ライブパフォーマンスや生放送、講座、調理の実演等で集客を図ることとします。
(2 つ以上の一般日ステージイベントをご提案ください。)

(3) 人員のプラン: 台湾パビリオンには少なくとも以下の人員を配置する必要があり、残りの人員は業者が必要に応じて追加してください。

- A. 舞台イベントの司会者: 開会式、集客イベント、ステージイベント等の司会を担当する日本人の司会者を毎日最低 1 名準備してください。(簡単な中国語ができることが望ましい。)
- B. 業務スタッフ: 8 名以上(運営統括責任者を含む)。内 3 名は中国語・日本語が堪能で、台湾の基礎知識があり、現場の来場者からの質問に分かりやすく受け答えできることとします。(日本人ではない場合、台湾人が望ましい。)業務内容は以下の通りです。
 - a. 展示会の前に、各ブースに資料を配置。
 - b. 現場のサービス及び来場者からの質問への対応。
 - c. パビリオンの運営。
 - d. ステージのスケジュールの実施と秩序の維持。
 - e. 来場者のインタラクティブ体験・DIY 体験の指導サポート。
 - f. パビリオン会場の清潔感を守り、防疫措置を実施。
 - g. 観光署のマスコット「オーベア」の着ぐるみを着て規定のダンスを披露し、来場者と交流。
- C. 照明・音響技師: パビリオン内の音響・照明機器を操作する専門技師を毎日最低 1 名手配してください。
- D. 静止画撮影: 現場にプロのカメラマン(携帯電話のカメラ不可)を 1 名常駐させ、台湾パビリオンの空撮や台湾パビリオン内の各

エリア、パビリオンを訪れる来場者の様子、来場者の体験現場、ステージパフォーマンス等の写真を1日100枚(合計400枚)撮影し、期間中毎日14:00までに、撮影した写真の中から15枚をセレクトして提出。残りの写真はイベント終了後、1週間以内に電子データで提出してください。

- E. イベント動画撮影:期間中4日間、台湾パビリオンの開幕式、DIY体験や現場イベント、来場者との交流などを撮影するためのカメラマンを1名手配し、展示会終了後一週間以内に60秒と90秒の動画各1本に編集して提出してください。

※動画のサンプルは下記URLをご参照ください。

<https://drive.google.com/drive/folders/1u6A0Mj7Um61T3i1QHvn8rGMgFkGixQot>

四、見積価格の規定

1. 見積価格には、上述の項目の単価、複合価格、割合を含めることとします。
2. 見積金額は外貨表示が可能ですが、合計金額は台湾ドルに換算してください。(7月18日の台湾銀行が発表した為替レートで計算してください。)

参、入札締め切り日:2025年7月23日15時(台湾時間)まで

肆、入札方法:

一、台湾国内業者、海外業者を問わず入札に参加できます。但し、提案書は繁体字中国語で作成してください(日本語の提案書には中国語の内容を添付してください)。また、入札の際は以下の書類を添付してください。

1. 資格証明書類(日本企業の場合は日本語の証明書、その他外国企業の場合は中国語の証明書を提出してください。)
 - (1) 会社概要
 - (2) 会社登記または設立証明書(写し)
 - (3) 直近の営業税(消費税)納付証明書(写し)
2. 企画書6部(中国語)、電子データ1部。以下の内容が含まれること。

- (1) 台湾パビリオンのブース設計とイベント運営
 - 1 種類のデザイン、各エリアのスペース配置、平面、3D パス配置図等を提出。
 - ステージイベント、集客イベントの提案と実施についての詳細な説明。(最低 2 種類以上)
- (2) イベントプロモーション及びメディア露出プラン
- (3) 人員編成、作業進捗管理プラン(ステージの司会者を含む)
- (4) 過去に請け負った関連業務の実績
- (5) 見積書:「貳、要件の内容」に記載されている全ての要件や詳細、台湾パビリオンの電気料金を含む見積金額を台湾ドル(税込)で計算(単価部分は日本円で記入可、合計金額は台湾ドル)し、会社責任者の押印があることとします。

以上の書類を 2025 年 7 月 23 日 15 時(台湾時間)までに書留または直接本会までお届け下さい。(該当時間までに本会必着にて郵送願います。)

- 担当:高韻如 様 宛て
- 送付先住所:台湾台北市忠孝東路 4 段 285 号 8F 之 1
- 電話:+886-2-2752-2898 内線 59。
- E-mail:judy@tva.org.tw
- 封筒に明記する事項:投標 2025 年日本旅展台灣館展攤設計施工及營運執行招標案
- 入札参加社名(例:株式会社ABC)

- 二、 本案は海外入札案件であるため、状況に応じて、入札参加者に対し、直接またはビデオによる評価会議への出席要請を通知することがあります。この場合入札業者は、担当者の参加及び規定時間内の中国語での企画内容の説明が必要となります(3 名以内)。また、入札業者はこれを拒否することはできません。(評価会議日時は後日決定)。

伍、評価方法：

本案件は、参加事業者の提案内容、サービスの質および価格について、下記第 7 項の評価基準に基づき審査を行います。

陸、評価会議：具体的な開催日時は別途通知いたします。

柒、評価基準および方法：

順位法を採用し、各評価項目の得点を合計し、順位に換算したうえで、順位の合計値が最も低く、かつ平均総得点が 80 点以上の者を最優秀業者とします。以後、順に次点の優秀業者とします。最優秀業者が 2 者以上いる場合は、価格が低い者を優先交渉対象とします。価格が同一の場合は、平均得点が高い者を優先交渉対象とします。それでも同点の場合は、出席または評価委員会出席委員の過半数による決定により、優先交渉対象者を選定します。

評価項目および配点は以下の通りです(合計 100%)：

- 一、会場設営および空間計画：25%
- 二、パビリオンデザイン：25%
- 三、パビリオン内イベント企画：10%
- 四、事前プロモーションおよびメディア露出：20%
- 五、人員配置およびサービス品質：5%
- 六、類似業務の過去実績：5%
- 七、価格：10%

捌、その他：

- 一、落札業者は、規定を遵守し、指定期間内に電気及び水道の申請を完了してください。
- 二、落札業者は期間中、ツーリズム EXPO ジャパンの台湾パビリオンに最低 1 名のスタッフを配置し、台湾パビリオンでの展示期間中に発生したソフト・ハードウェア、機械操作などのトラブルに迅速に対応するものとします。
- 三、落札した設計図は、本会と協力して最終版に修正され、業者は現場でこれを調整する能力があることとします。
- 四、落札業者はツーリズム EXPO ジャパンの主催者の関連規定を十分に理解

し遵守してください。もし、業者側の過失によって本会の権利と利益が損なわれた場合、業者側が賠償の責任を負うものとします。

五、業者の資格証明資料及び企画書が期限を過ぎて到着した、または資格証明資料がここに規定された要件を満たしていない場合、参加資格は失効となります。

六、参加業者が送付(届け出)した入札書類は、別段の定めがある場合を除き、差し替えや補充は行わないものとし、入札書類の審査結果で、内容が不明確や不一致、明かな誤記・誤植がある等の事柄が認められた場合、その内容確認のため、業者に対して説明を行うよう通知する場合があります。価格に関係のない明かな入力・記入ミスの場合は、業者側が訂正することができます。落札の有無に関わらず、本会は開票済みの入札書の正本 1 組または写しのみを保管するものとします。

七、本会は、企画・提案書の作成及び送付にかかった費用は一切負担しません。

玖、特殊な状況の場合：

一、業者は、本イベントの実施に係る経費について、事前に本会に通知し、本会の同意を得た上でその後の運営を進めてください。逆に本会は、本会の同意なしに発生した費用の支払いを拒否することができ、発生した損失については、業者が単独で責任を負うものとします。

二、天災、事故(COVID-19 の流行など)の本会または業者等の責任に拠らない事由によってイベントが予定通りに開催できない場合、本会は主催者からの通知によって、契約期間を延長することができ、業者はこれに協力するものとします。しかし、延長が不可能な場合、本会は賠償責任はなく、直接契約を解除することができます。イベント開催が中止となった場合、業者は本会からの通知を受領後に支出経費の内訳(締切、割合等)を提示し、領収書を本会に送付してください。本会の承認後に、当該経費の支払いが行われます。

壹拾、 業者は落札後、15 日以内に本会と契約を締結し、期限を過ぎても契約の締結が成されない場合は資格を放棄したと見做され、1 年間は本会の委託事業選考に参加することはできません。しかし、業者の責に帰しない事由により、本会が適切な期限を定め、その期限内に契約が完了した場合はこの限りではありません。

壹拾壹、 本件の入札業務内容に関するお問い合わせは、担当の張恩維までご連絡下さい。電話 +886-2752-2898 内線 51。