

2026年度 アジアアジアパラ競技大会 シティドレッシング業務委託について

1 大会概要・本業務委託の目的 (シティドレッシング事業の目的)



参考：市街地フラッグ装飾（2025年5月 名古屋市新栄付近）

(1) 大会概要

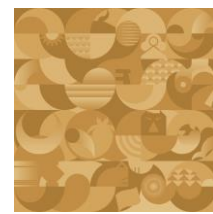
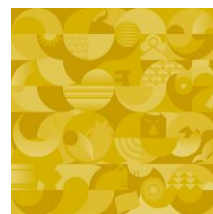
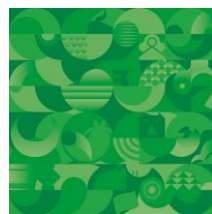
第二次世界大戦後から開始した「オリンピック・パラリンピックのアジア版」とも言われる総合競技大会。2026年の両大会は、愛知県・名古屋市の共催により実施。

※ 2026年3月時点

	第20回アジア競技大会	第5回アジアパラ競技大会
期間	<u>2026年9月19日（土）～10月4日（日）</u> ⇒ 16日間	<u>2026年10月18日（日）～24日（土）</u> ⇒ 7日間
参加国	45の国と地域 (参考：東京2020オリンピックは206の国と地域)	45の国と地域 (参考：東京2020パラリンピックは161の国と地域)
競技数	43競技 (参考：東京2020オリンピックは33競技)	18競技 (参考：東京2020パラリンピックは22競技)
会場数	53 (+2) 会場 (パデルとテックボールの2会場は未定)	19会場
日本開催	32年ぶり 3度目	初
マスコット・エンブレム	<マスコット> ホノホン  <エンブレム> 	<マスコット> ウズミン  <エンブレム> 

(1) 大会概要

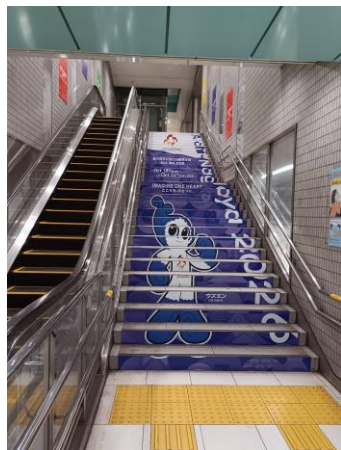
- ▶ 両大会ともに、開閉会式会場（メイン会場）は名古屋市瑞穂公園陸上競技場。
- ▶ 競技会場は愛知県内だけではなく、岐阜県（3会場）・静岡県（3会場）・大阪府（1会場）・東京都（2会場）にも点在。
 - ⇒ 本業務委託においては、装飾の施工に関しては愛知県内を想定。（県外向けには、装飾物を製作して配付する程度で、施工の想定がなし。）
- ▶ 大会を象徴するビジュアル（大会個性を表現する基本デザイン）として、競技会場や都市の装飾等のデザインの背景等のベースとして使用される「コアグラフィックス」が規定されています。
 - ⇒ 色は5色（ただしラストマイルの装飾は原則、赤色（情熱レッド）を利用する。）が用意されています。



色の名称	情熱レッド	カキツバタパープル	森林グリーン	金しゃちゴールド	伝統オーカー
------	-------	-----------	--------	----------	--------

(2) 本業務委託について（目的・概要）

第20回アジア競技大会及び第5回アジアパラ競技大会（以下「本大会」という。）の成功に向けて、市街地や県内主要箇所等の多くの人の目に留まる場所において、統一的なデザインのフラッグやパネル、横断幕等を掲出したり、話題性のある装飾でパブリシティを効果的に活用することで、継続的に本大会への期待感（ワクワク感）を演出し、大会の開催機運の醸成を図る（地域全体の雰囲気盛り上げる）ことを目的とします。



(3) 注意事項

- ▶ 本大会の知的財産（マスコット、コアグラフィックス、エンブレム等）の利用に当たっては、各種ガイドラインを参考にすること。
 - ⇒ 大会ルックガイドライン、ブランド保護ガイドライン等
- ▶ ガイドラインに記載されていない注意事項として、次に注意すること。
 - ⇒ 各大会の開催期間中は、もう一方の大会の知的財産は掲出しないようにすること。（例：アジア競技大会の期間中には、マスコット「ウズミン」が載った装飾物は一度外して、掲出しないようにする。）
 - ⇒ 異なる大会の知的財産を、1つのデザインのなかで混在させないこと（例：1つの装飾物の中にホノホン・ウズミンが共存しないこと）。
 - ⇒ 異なる大会の知的財産を使った装飾物が、物理的な視野のなかで（近い距離で）混在しないこと（例：ホノホンを掲載した装飾物と、ウズミンを掲載した装飾物を掲出する場所について、数メートルの近さで同じ視野に入らないこと。）。

2 全体像

(業務委託の構成内容)



2 全体像（業務委託の構成内容）

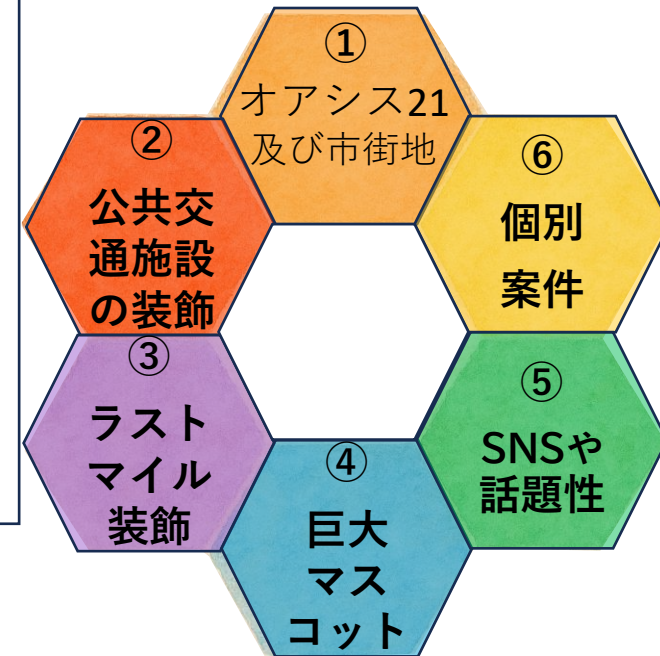
本委託業務は、次の①～⑥までの「必須事項」と、⑦の「提案事項」で構成する。

【必須事項】

- ① オアシス21及び市街地装飾
- ② 公共交通機関の施設装飾
- ③ ラストマイル装飾
- ④ 巨大マスコット
- ⑤ 新しいメディア（SNS）、話題性による盛り上げ
- ⑥ その他の個別装飾案件

【提案事項】

- ⑦ 自由裁量による提案者ごとの企画提案



⑦事業者個別の
企画提案

- ※ 業務委託の費用積算に当たっては、人件費、製作費、広告媒体料金、施工費、運営費、保守管理費（平常時の目視確認や簡易補修含む）、廃棄に係る料金、運搬費、その他装飾に必要な全ての費用を見込むこと。
- ※ 各内容における実施計画策定、調整、製作、施工、運営、保守・管理、撤去、廃棄等の業務を委託します。

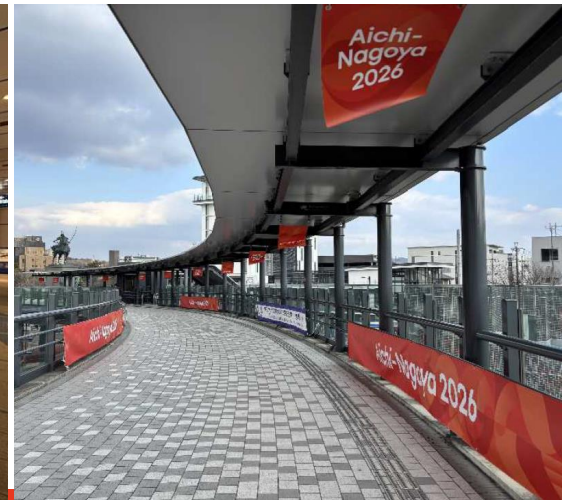
2 全体像（業務委託の構成内容）

（1）オアシス21及び市街地装飾

大会期間中に様々な関連イベントが開催される久屋大通付近の盛り上げに向け、オアシス21を装飾する（別途、オアシス21の管理会社との調整が必要。）。

併せて、多くの人目に触れる市街地（人が集中する繁華街、主要駅のコンコースや駅前、地下街、大型ショッピングモール等）を対象に装飾する。

オアシス21以外の市街地装飾については、一般向けに販売している有償広告枠の利用を想定する。（期間は長いのが望ましいが、掲出期間に比例して費用が増大するため、最低必要期間として大会期間直前となる8月30日頃から10月24日までの8週間の実施は確保すること。

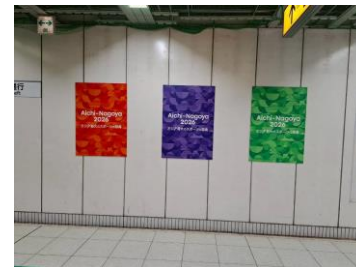


【参考】2025年度実施のシティドレッシングの例

（左から）オアシス21の柱巻装飾、東岡崎駅連絡通路のフラッグ・横断幕、豊橋市総合体育館内の横断幕・マスコットパネル

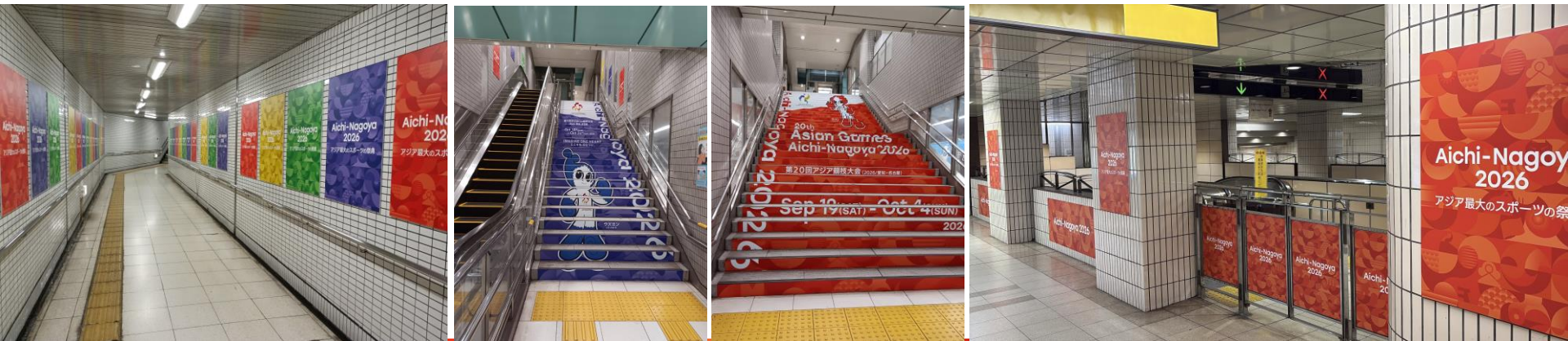
（2）公共交通機関の施設装飾

県内会場最寄駅構内（名鉄、あおなみ線、愛知環状鉄道等）を対象に装飾する。
（なお、名古屋市営地下鉄については、本契約ではなく別途契約により改札機等のラッピング装飾を実施する予定。）



<装飾イメージ>

中部国際空港、JR東海については既に（かつ今後も）アジアアジアパラ競技大会組織委員会で多くの場所を装飾しており、効果の観点から掲出場所・個所数のバランスを考えてドレッシングを行う。



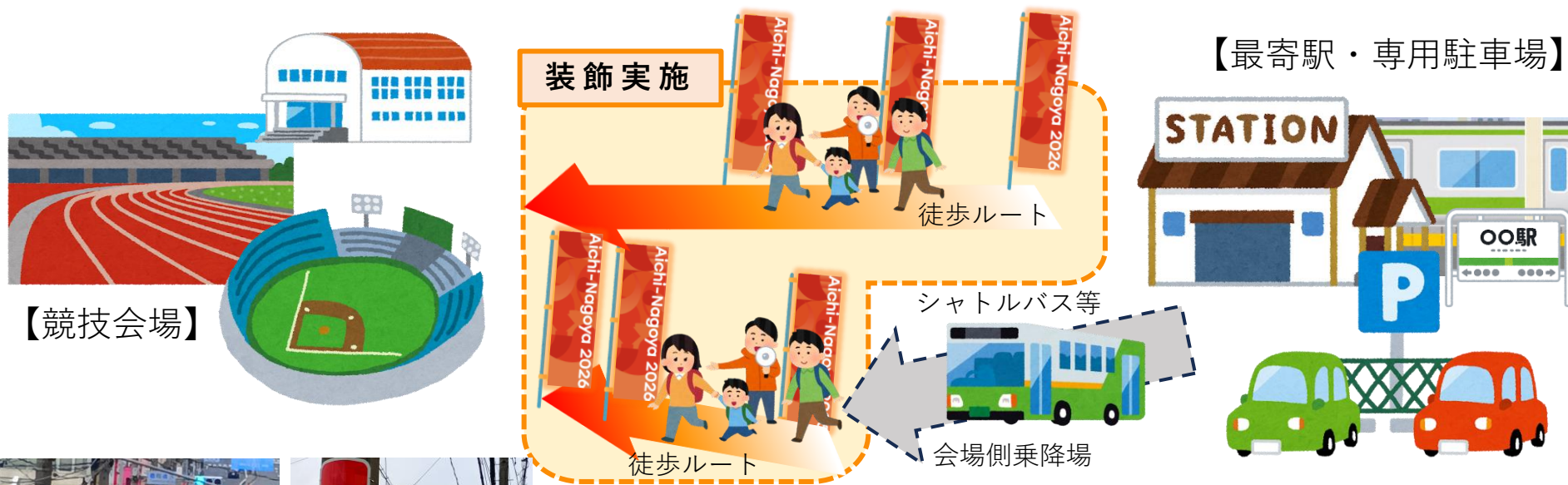
【参考】2025年度実施のシティドレッシングの例（名古屋市営地下鉄の駅構内）

（左から）瑞穂運動場西駅の通路、瑞穂運動場東駅のホーム階段、新瑞橋駅の改札口付近通路

2 全体像（業務委託の構成内容）

（3）ラストマイル装飾（徒歩ルート部分、会場周縁部分のみ）

最寄駅（または駐車場）から会場までの観客誘導や警備のため、あらかじめ設定したルート（ラストマイル）のうち、シャトルバス・アクセシブルシャトルに乗る部分を除いた「徒歩ルート部分」と会場を取り囲む「周縁部分」をラストマイル装飾としてドレッシングする。



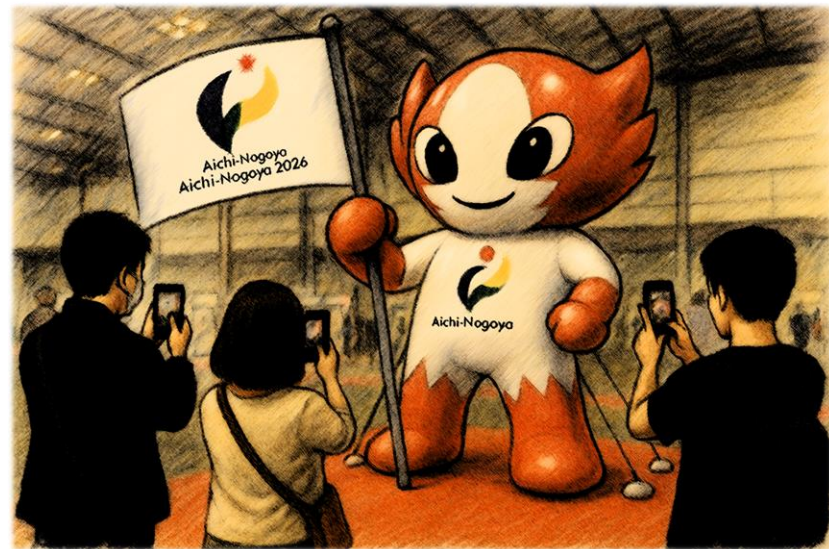
【参考】2025年度実施のシティドレッシングの例
瑞穂公園陸上競技場の周辺の電柱看板

（4）マスコットの巨大モニュメント（インフレーターバルーン）

マスコット（ホノホン・ウズミン）の「巨大モニュメント（高さ3m以上）」を2セット（計4体）製作し、大会イベント時や各種会場又はその周辺に掲出する（掲出場所・日程の計画を立案・調整のうえ、各地で効果的に掲出する。）。

インフレーターバルーンを想定し、大会関連施設や大会イベント会場以外にも大型ショッピングモール等の人目に触れる場所も含めて掲出する（8月～）。

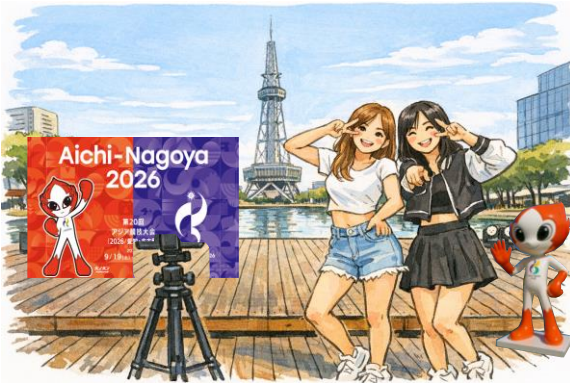
- ▶ 屋外・半屋外の掲出にあたっては、強風対策を検討すること。
- ▶ 本体の大きさ、ポーズ等により話題になるようなインパクトのあるものにする。



<巨大マスコットのイメージ>

（5）新しいメディア（SNS）、話題性による盛り上げを狙った装飾

- SNS動画（振付ダンス動画）撮影ステージの設置



普段は撮影困難な映える風景をバックに、動画が撮影可能な大会装飾ステージを1か所以上設置する。

話題性を集め、SNSで拡散することで若者を中心として多くの目に触れるように、大会のマスコットモニュメントや大会パネルが必ず映り込むようステージに設置する（マスコットのモニュメントは時期によりキャラクターを交替させること）。

- 話題提供、パブリシティの利用

観光地や自治体と調整して、認知度が高いモニュメント等を装飾してマスコミに取り上げられることで、多くの人へ話題提供し、地域の盛り上げにつなげる（4～5か所を想定）。



※ 上の写真は地元の認知度があるモニュメントの例であり、調整を取っている場所ではありません。

（6）その他の個別装飾案件（空港、金城ふ頭駅等）

- 昨年度に既にデザインデータは作成済み（提供可能）のため、そのデザインデータを利用して装飾物を製作し、中部国際空港内の指定場所に装飾する（想定として、掲載広告料は不要。）。
- フェスティバル空間として様々なイベントが予定される「久屋大通」や、繁華街の「広小路通（栄、伏見周辺）」、「地下鉄築地口からガーデンふ頭までの歩道」をフラッグ装飾する（想定として、掲載広告料は不要。）。
- メディアメインセンターを設置する「金城ふ頭駅」の駅構内を装飾する。
- 利用者数が多く、名古屋から西三河・東三河への接続駅となる「金山駅」について、大会期間中、連絡通路となるコンコースのデジタル媒体を利用して装飾する（同じく接続駅となる名古屋駅は、既に組織委員会による装飾が非常に多いため、実施対象から外す。）。
- 県営名古屋空港（小牧空港）について、ロビー内を中心に装飾する。
- 別に指定する装飾物（地下鉄階段ラッピング、横断幕等）の保守管理

（7）事業者による企画提案

自由裁量による事業者からの企画提案の内容に基づき、装飾します。

- ⇒ 次のようなものを想定。
 - ▶ ①～⑥までの必須事項に対して、追加の装飾（派生、または深堀）。
 - ▶ 有償の広告枠（OOH広告等）を使用した8月30日～10月24日までの8週間の期間が含まれる装飾。
- ⇒ 提案にあたって、場所や期間、実施内容等を具体的に記載してください。
- ⇒ 装飾のバリエーション、話題性による盛り上げ、場所の効果性、頻度や物量などの要素を加味して、事業者を評価します。



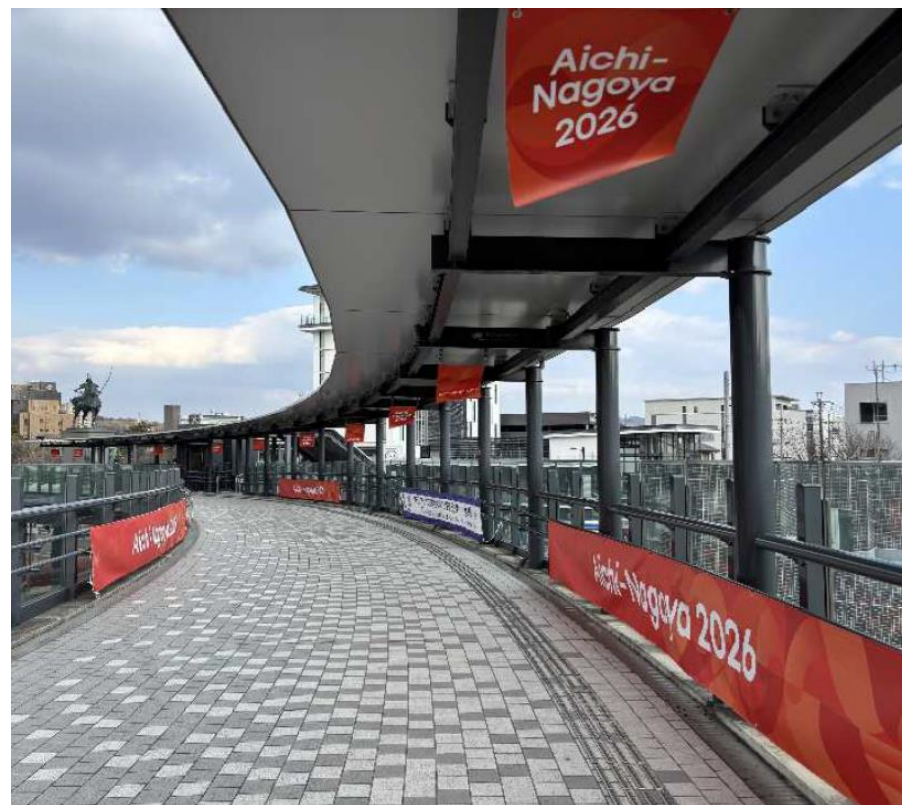
①

本業務委託の必須項目

Aichi-Nagoya 2026

オアシス21
及び市街地

3-1 オアシス21及び市街地装飾



参考：横断幕・フラッグ装飾（2026年2月～ 東岡崎駅連絡通路）

アジア・アジアパラ競技大会の期間中は久屋大通にて様々なイベントが開催され、選手を含めて多くの人々が訪れる場所として、大会を象徴する場所になります。

大会の象徴の場所となるオアシス21を装飾することで、大会そのものの盛り上げりを印象づけることを目的に次の装飾の実施を想定します。（別途調整が必要。）

【イメージ】



過去例：水の宇宙船（屋上階）の装飾

4色の透光性シールでスタンド
ガラスのように装飾した場合



オアシス21では大会期間中、銀河の広場（地下階）にて、競技試合を大型ビジョンで中継したり、ステージイベントがあったり、競技体験が出来る等のイベントエリアである「ライブサイト」を開催します。（9/19～10/4及び10/17～10/24）

また、キッチンカー等による飲食提供、グッズ販売等も実施され、多くの人を訪れることが想定されることから、巨大マスコットや動画撮影特設ステージ等による装飾によりさらなる盛り上げを図ります。



【キッチンカー配置予定場所】
高さ1.5mのマスコットとの撮影
スポットを設置想定。

【動画撮影ステージ・巨大マ
スコット掲出】
高さ2.5m×横3～4mの巨大マ
スコットとの撮影スポット、
動画撮影のステージを設置想
定。

出典元：国土地理院地図webサイト



	装飾対象	実施事項
1	水の宇宙船（屋上階）の装飾	<ul style="list-style-type: none"> ・ <u>屋上に上った人から見る事が出来る、写真映えのするような装飾を実施する。</u> （過去例：カラフルな電飾のボールを水面に浮かべた写真映えスポット） ・ <u>地下階または地上階から、水の宇宙船（屋上階）を見上げた際に認知できるように、本大会のコアグラフィックス等により装飾する。</u> （屋上階の底面または側面をシール等でラッピングし、半数以上の日程でライトアップする想定。）
2	緑の大地（地上階）の装飾	<ul style="list-style-type: none"> ・ <u>（本書）後述のとおり。</u>（3-4の巨大マスコットを掲出して写真撮影スポットを作る。また、3-5のSNS動画撮影ステージを設置して話題性・魅力性のあるゾーンをオアシス21に作る。） ・ ライブサイト運営による <u>キッチンカー付近（オアシス21北東側）にFRP製高さ1.5m程度のマスコットを設置して、撮影のスポットを作る。</u>
3	銀河の広場（地下階）の装飾	<ul style="list-style-type: none"> ・ 既設の <u>フラッグアームにフラッグの掲出。</u> ・ 会場を取り囲む通路手すりの <u>アクリルボードにクリアシール（コアグラフィックス）でスタンドグラスのように装飾。</u>



- オアシス21以外に、次の市街地装飾（14か所以上）についても実施すること。

項目	条件
装飾期間	長い期間が望ましいが、最低でも <u>8週間以上</u> （8月30日頃から10月24日までを含む）とする。 大会期間が10月24日までとなるため、その後は速やかに撤去すること。
場所・規模	繁華街、主要駅のコンコースや駅前、地下街、大型ショッピングモール等の市街地を対象に、効果的な場所を <u>14か所以上</u> 、装飾方法（壁面装飾、フラッグ装飾等）などを検討し、企画提案を実施すること。なお、14か所の中には、名古屋市以外の尾張地域、知多地域、西三河地域、東三河地域の4地域（それぞれ1か所以上）を含めること。 装飾場所としては、 <u>1日当たり約3万人以上に装飾として認知される場所を目安とすること（主要駅前、ショッピングモール等）</u> 。各所において装飾物を認知可能な空間は目安として約500㎡以上とし、ある程度の量・大きさの装飾物がまとまって掲出されていること。インパクトがあり、話題性が高いものが望ましい。
場所・内容の具体的な例	例①：長さ100m×幅4m×高さ2.5mの地下街通路左右壁面にフラッグ装飾（100枚） 例②：ショッピングモール施設にて、エスカレーターから見える吹き抜けの場所（幅15m×奥行7m×高さ15m）に高さ3m×幅3mのタペストリーの装飾と、吹き抜け部分を囲うように4フロアにのぼり旗（100本）

<装飾イメージ>



【企画提案の記載に当たっての注意事項】

- ▶ 掲出する場所、期間、内容を具体的に明記すること。
（例：●●駅地下街の●●広場に、8月25日頃～10月末までフラッグ●枚での装飾を想定）
- ▶ 掲出場所の現状写真、及び掲出イメージ図（絵または例示写真）を資料に含めて、企画を説明すること。
- ▶ 想定場所で装飾できないケースが生じた場合の代替地検討の考え方について、資料に含めて説明すること。
（代替地の例示があることが望ましい。施工費、広告料等を含め金額的に見合う代替地を探すという考え方であれば、その費用規模を明示すること。装飾による訴求可能人数に見合う代替地を探すという考え方であれば、その人数規模を明示すること。）
- ▶ 場所の選定・内容等にあたって、工夫されたポイント、アピールポイント等あれば、資料に含めて説明すること。
- ▶ 幅広く、より多くの人目に触れることが目的であるため、掲出する場所のバリエーションについても可能であれば検討すること。（装飾場所が特定地域に集中していたり、特定の系列商業施設等に偏りが生じるため）

②

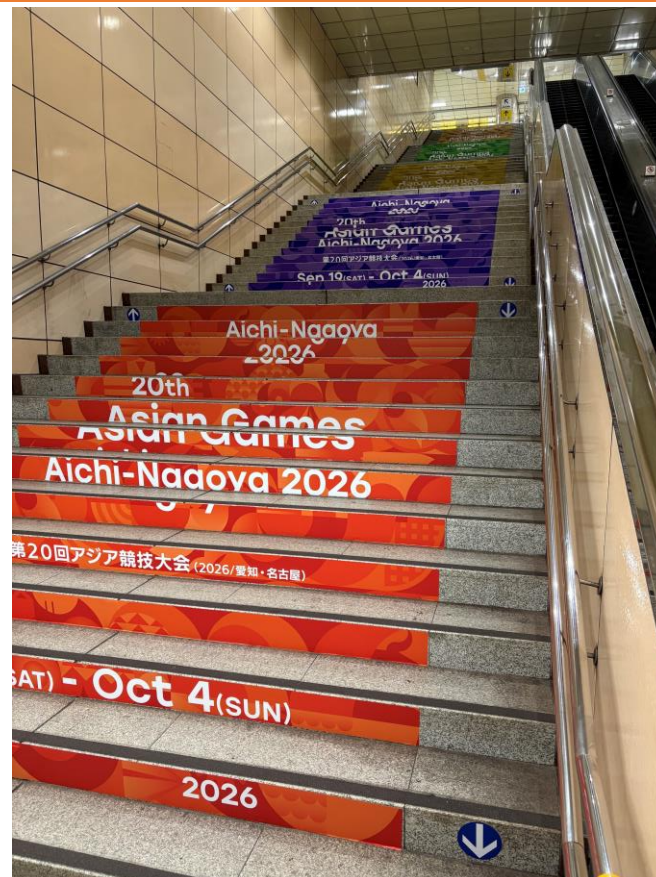
公共交
通施設
の装飾

本業務委託の必須項目

Aichi-Nagoya 2026

3-2 公共交通機関の施設装飾

(会場最寄駅構内 (JR、名鉄等)、空港施設内 (中部国際空港、名古屋空港))



参考：地下鉄階段装飾 (2026年3月～ 新瑞橋駅ホーム階段)

(1) 会場最寄駅（JR、名鉄、あおなみ線、リニモ等）の装飾

地下鉄以外の最寄駅（32駅）について、装飾レベルに合致する装飾を実施すること。

（JR東海、中部国際空港については組織委員会による装飾が見込まれるため。さらに、昨年度に既に取り掛かっている駅を含めて、装飾レベル0とする。）

鉄道会社	駅名（最寄駅）	装飾レベル
JR東海 (11駅)	鶴舞駅	0
	春日井駅	0
	高蔵寺駅	0
	尾張一宮駅	0
	稲沢駅	0
	笠寺駅	0
	刈谷駅	0
	安城駅	0
	岡崎駅	0
	蒲郡駅	0
	豊橋駅	0

鉄道会社	駅名（最寄駅）	装飾レベル
名鉄 (12駅)	名鉄一宮駅	0
	小牧駅	2
	太田川駅	2
	中部国際空港駅	0
	三好ヶ丘駅	2
	豊田市駅	0
	刈谷駅	0
	新安城駅	2
	蒲郡駅	1
	西尾駅	2
	東岡崎駅	0
	豊橋駅	0

鉄道会社	駅名（最寄駅）	装飾レベル
あおなみ線 (3駅)	野跡駅	2
	港北駅	2
	金城ふ頭駅 (※)	0
ゆとりーと ライン (1駅)	小幡緑地駅	2
リニモ (2駅)	長久手古戦場駅	2
	八草駅	1
愛知環状鉄道 (2駅)	八草駅	1
	新豊田駅	0
豊橋鉄道 (1駅)	三河田原駅	2

- 前年度、既に装飾に取り掛かんだ駅
- 乗換駅（昨年度未取り組み）
- (※) 3-6の個別案件として対応

⇒ 実施すべき装飾レベルの例示は次ページのとおり

(2) 会場最寄駅（JR、名鉄、あおなみ線、リニモ等）の装飾（想定）

装飾レベルの程度に関しては、次のとおり。

【装飾レベル0】

対応不要



【装飾レベル1】

各鉄道会社と、例示するいずれかと同程度の掲出物の設置・費用等を交渉・調整し、可能であれば8月30日から10月24日まで（少なくとも該当最寄駅となる会場の競技日程を）装飾する。

（愛知県と共にOOHにない場所の費用交渉を実施し、その結果を踏まえて判断）

例示①

- ▶ 透明クリアシールによる通路の窓やアクリルボードへの貼り付けによる装飾
⇒ B2サイズで4枚以上

例示②

- ▶ 改札口または出口付近にのぼり旗装飾
⇒ 1.5mののぼり旗5本以上

例示③

- ▶ 駅構内にポスター掲示
⇒ B1サイズで4枚以上

「装飾に気づくレベル」を想定。

【装飾レベル2】

レベル1の1.5倍程度の装飾を想定。もしくは同程度の費用で、より効果的な装飾を実施する。

掲出期間はレベル1と同様とする。

例示①

- ▶ 透明クリアシールによる通路の窓やアクリルボードへの貼り付けによる装飾
⇒ B2サイズで6枚以上

例示②

- ▶ 改札口または出口付近にのぼり旗装飾
⇒ 1.5mののぼり旗8本以上

例示③

- ▶ 駅構内にポスター掲示
⇒ B1サイズで6枚以上

「必ず目に入るレベル」を想定。

③

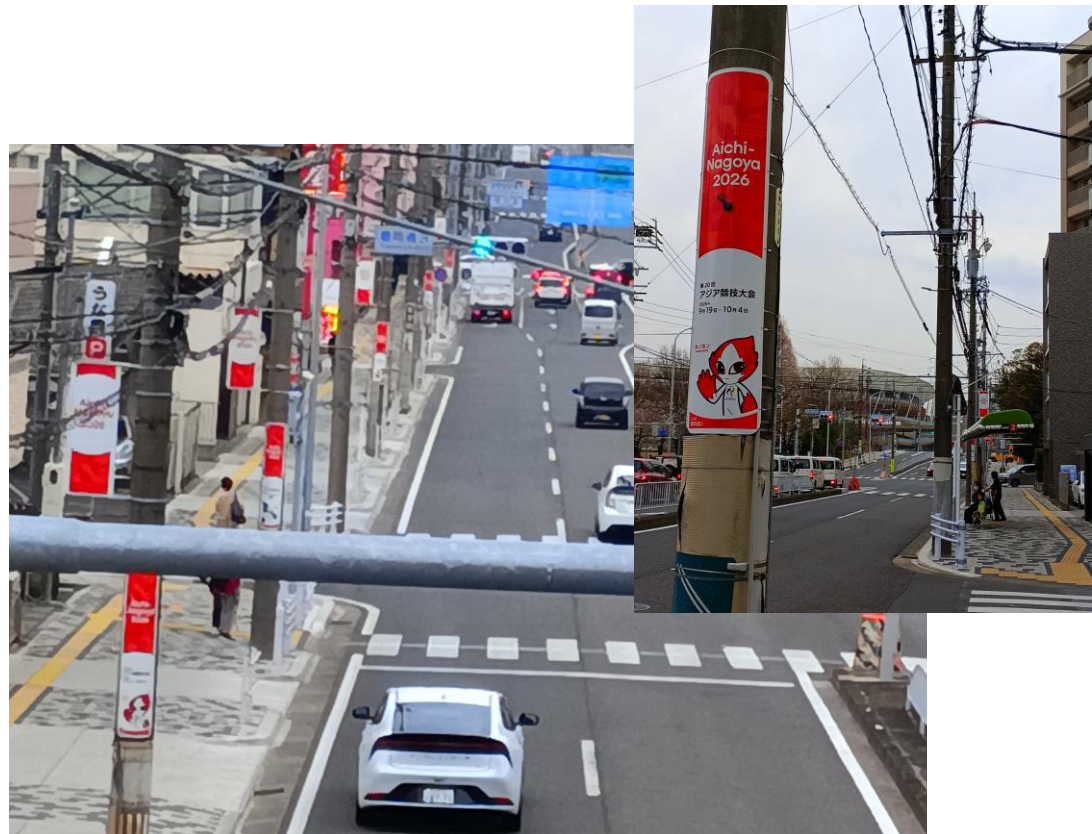
ラスト
マイル
装飾

本業務委託の必須項目

Aichi-Nagoya 2026

3-3 ラストマイル装飾

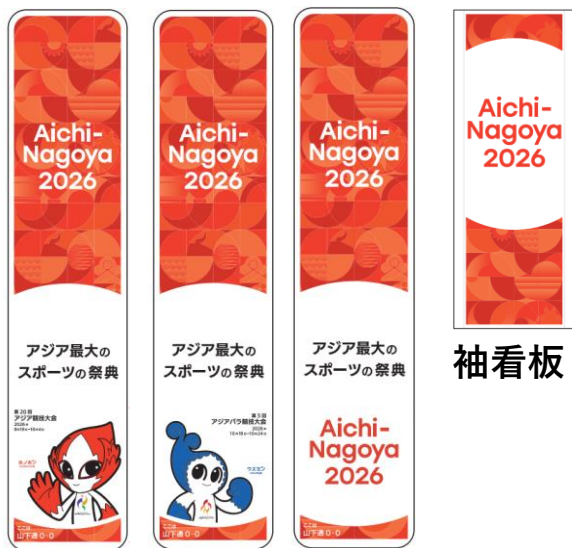
(最寄駅から会場まで設定されたラストマイルのうち、徒歩ルート部分)



参考：電柱看板装飾（2026年3月～ 瑞穂陸上競技場周辺）

(1) ラストマイル装飾（徒歩ルート部分）

全会場のラストマイル（最寄駅～会場）の徒歩ルート上の電柱・電信柱を対象に看板装飾を実施する。歩行者を誘導する側のみの装飾とする。



巻看板

袖看板



袖看板

巻看板

- ▶ 電柱・電信柱の装飾本数は、1会場当たり最大20本までを想定。
- ▶ 20本未満の場合、差分の2倍の本数の「のぼり旗（軸、おもりも含む）」を調整の上、会場所在自治体へ送付すること（のぼり旗は、自治体で施工、運用、保守管理。）。
- ▶ 巻看板のみ。（瑞穂競技場周辺は袖看板も。）
- ▶ アジア競技大会、アジアパラ競技大会のどちらかみの競技会場の場合、該当大会のマスコットおよびコミュニケーションロゴ（Aichi-Nagoya2026）の掲出として、異なる会場のマスコットはラストマイルに掲示しない。

⇒ メイン会場となる瑞穂陸上競技場周辺（スタジアム、ラグビー場、アリーナまでの徒歩ルート）については、道路の両側を装飾。本数も上限を定めず、袖看板も利用する。（p.28参照。想定する金額も記載。）

(1) ラストマイル装飾（徒歩ルート部分）

- ▶ 電柱、電信柱の本数の数え方については、柱1本あたり巻看板2本分とカウントする（未契約の場合、1本の柱に対して進行方向側及びその逆側の2枚が取付可能だが、既にどちらか1枚のみ契約済みの場合もある。）。
- ▶ 巻看板と公共表示については、まず巻看板20枚分（柱10本分）を決定する。掲出場所が不足する場合は公共表示で補填することを認める。
さらに、追加で公共表示（柱10本分）を認める。
- ▶ 可能な限り、バランスよく交互に巻看板と公共表示を配置すること。
- ▶ 公共表示を掲出する際には、事前に所在市町村（条例）との協議・調整が必要。
- ▶ アジア競技大会、アジアパラ競技大会の両競技を実施する会場においては、時期によってキャラクター表示を変更できるようにステッカー添付（剥がし）により対応できるようにすること。
- ▶ 取付けた柱の本数合計が20本に満たない場合には、差分数の2倍となる本数の「のぼり旗」を会場所在自治体へ配付すること。
のぼり旗については、旗以外にポールをセットとして配付し、デザインは共通とする。

(2) 会場周縁部分の装飾について

- ▶ 会場を取り囲むように「周縁部分」の電柱・電信柱に対し、公共表示による装飾を実施する。
- ▶ 各会場あたり20本、全体で1,140枚の看板を想定する。
- ▶ 公共表示を掲出する際には、事前に所在市町村（条例）との協議・調整が必要。

(3) 瑞穂競技場周辺について

瑞穂競技場付近については、昨年度、一般向け販売の電柱看板を実施済み。については、本案件で装飾を予定する本数等の想定は、次のとおり。

カテゴリ	項目	本数	金額
一般向け販売	電信柱・看板製作（巻看板：大） 15,000円／本	11本	165,000円
	電信柱・看板製作（巻看板：小） 12,000円／本	4本	48,000円
	電信柱・看板製作（袖看板） 15,000円／本	20本	300,000円
	電信柱・デザイン変更ステッカー 4,000円	15本分	60,000円
	電信柱・広告料 24,200円	35本分	847,000円
公共表示	公共表示用・看板製作（巻看板） 13,750円／本 ※掲出料含む。（広告料は不要）	119本	1,636,250円
合計			3,056,250円

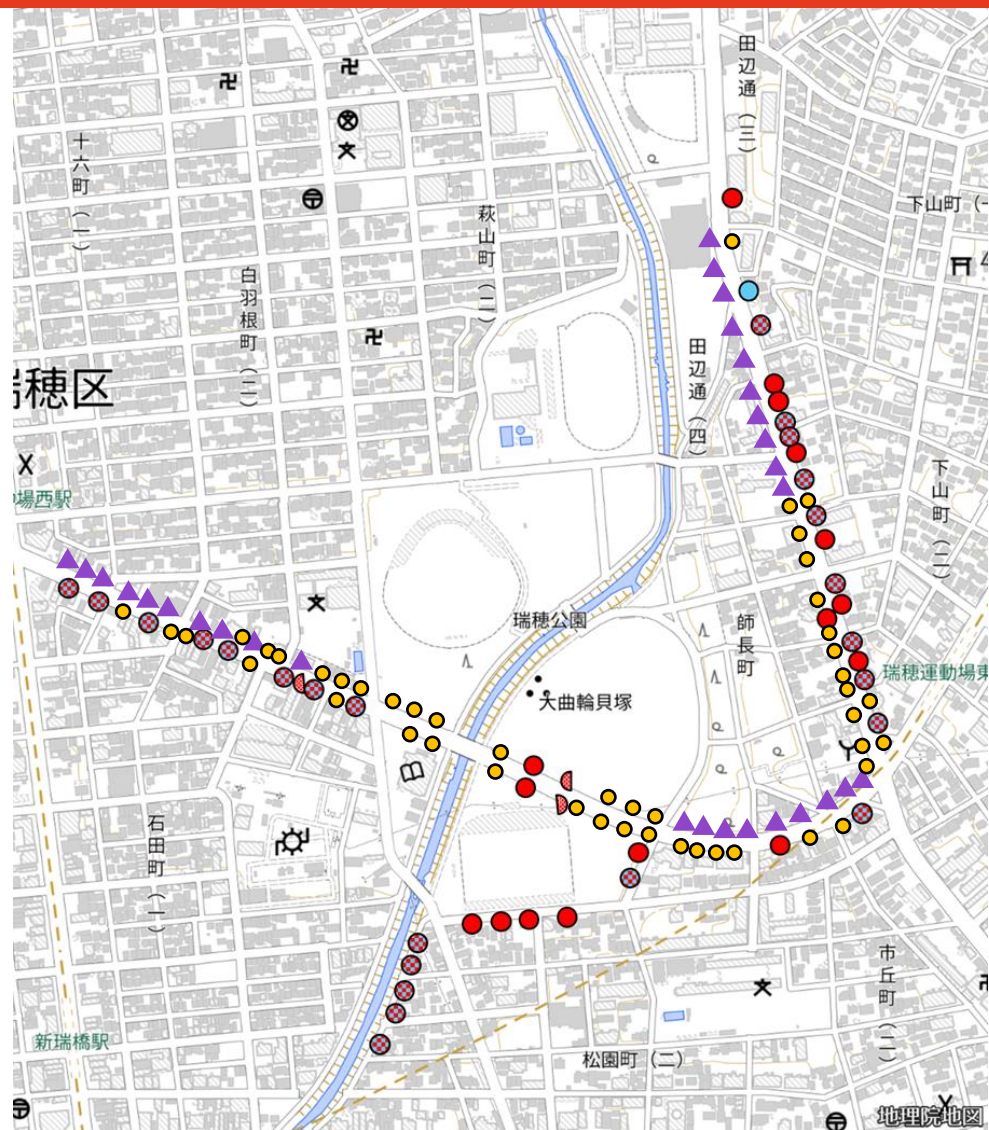
- ※ 上表の金額想定には、看板デザイン作成や、看板取付け、期間終了後の撤去、看板廃棄の費用が含まれる。
- ※ 上表の金額想定には、看板として機能しないレベルの破損の取換えは含まれるが、文字が読めるレベルの傷や清掃等の保守は含まれない。

(3) 瑞穂競技場周辺について

瑞穂競技場周辺の電柱看板については右図のとおり。

【電柱（中部電力）】	
巻看板+袖看板+公共用表示	
巻看板（2枚/本）+公共用表示	
巻看板（1枚/本）+公共用表示	
袖看板+公共用表示	
<追加>公共用表示のみ	
【電信柱（NTT）】	
<追加>（巻・袖看板）+公共用表示	

※ 青字は昨年度施工済みのラストマイル装飾。
赤字は本案件内で実施を想定するラストマイル装飾。

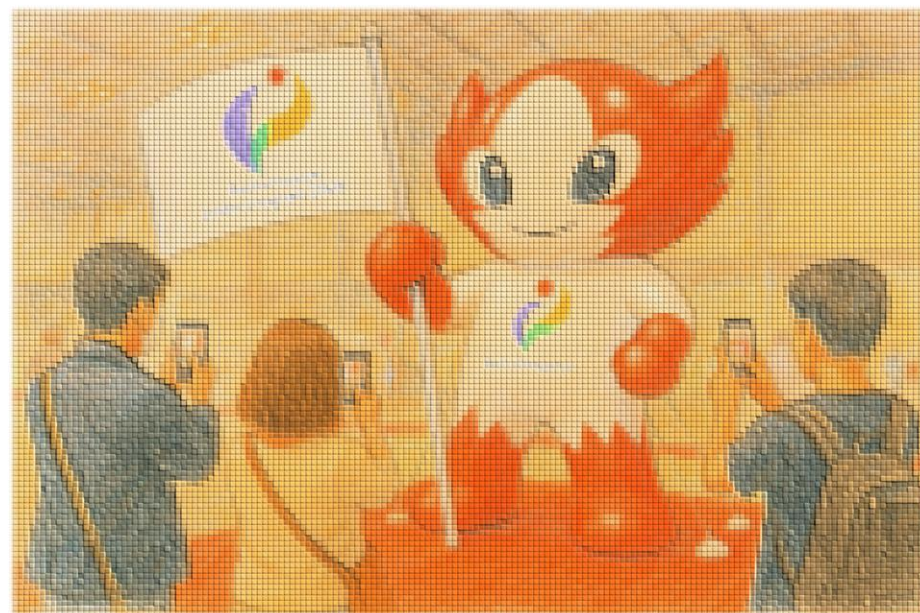


④

巨大
マスコット

3-4 マスコットの巨大モニュメント

(ホノホン、ウズミンの各2体ずつ。10か所以上の会場に掲示すること)



イメージ：巨大モニュメント

(1) 想定

- ▶ 近年話題になっている巨大なインフレーターブルバルーンにてウズミン・ホノホンのモニュメントを作成する。(2セット、計4体を作成すること。)
- ▶ 大会関連施設以外にも大型ショッピングモール等の人目に触れる場所も含めて掲出を検討する。



多くの人目に効果的に触れるように10か所以上の場所（期間内の競技を中継するライブサイト、イベント会場、ショッピングモール等）に搬送して、掲出すること（場所の調整、掲出計画を作成し、計画に基づいてモニュメントの搬送、設置等を実施すること。）。

- ▶ 高さ3m以上のインフレーターブルバルーンを想定。風への対策も含めて運営を設計すること。
- ▶ マスコットは知的財産となるため、ポーズも含めて組織委員会との調整が必要（既存ポーズでも可）。インパクトのある、話題性が高いポーズが望ましい。
- ▶ 8月中・下旬ごろから大会期間終了となる10月下旬までの掲出を想定。（掲出場所は前述のとおり。）

<参考 ライブサイト会場、実施期間>

	場所	実施期間（予定）
①	オアシス 2 1	2026年9月19日（土）から10月4日（日）まで
		2026年10月17日（土）から10月24日（土）まで
②	鞍ヶ池公園	2026年9月20日（日）及び9月21日（月・祝）
③	刈谷ハイウェイオアシス 岩ヶ池公園	
④	愛・地球博記念公園 地球市民交流センター	2026年9月22日（火・祝）及び9月23日（水・祝）
⑤	豊橋駅 南口駅前広場	

⑤

SNSや
話題性

本業務委託の必須項目

Aichi-Nagoya 2026

3-5 SNSや話題性による盛り上げ発信

(SNS発信動画の撮影ステージ設置、認知度が高いモニュメント等への装飾)



イメージ：特設の動画撮影ステージ

装飾が設置されている場所に来なくても、装飾を見ることができるよう「メディア」を利用して、地域全体を盛り上げる。

- (1) 新しいメディア（SNS）を利用して、多くの人目に触れるよう発信する。
 - ⇒ 名所を含めた綺麗な風景、普段なら撮影が困難な場所等に動画撮影用の特設ステージを1か所以上設置する。（久屋大通周辺を候補として、場所は別途調整。運営時間内は運営スタッフを現地に常駐させること。）
 - ⇒ ステージを装飾し、モニュメントやパネルが必ず動画に映り込むように配置する。（動画再生のたびに、見ている人の目に入るように）
 - ⇒ 場所占用に係る費用は掛からないことを想定。
 - ⇒ 特設ステージ設置について、マスコミで報道されるパブリシティも利用する。
- (2) 認知度が高いモニュメント等について装飾を行い、マスコミに取り上げてもらうパブリシティを利用する。（全国初のような取り組みでも可。）
 - ⇒ 地元自治体や観光協会等が保有する観光名所や文化に紐づく認知度が高いモニュメントについて、調整の上、コアグラフィックスで装飾する。
 - ⇒ 4～5か所を想定。（モニュメント占用費用は掛からないことを想定。）

<参考 SNS動画撮影ステージについて>

特設のステージ（常設）の候補としては、オアシス21等の久屋大通周辺とし、県も同席のうえ、場所の調整を図る。

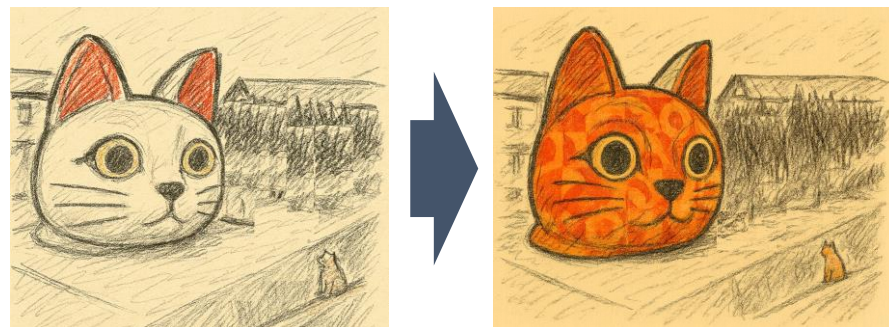
常設ステージ以外にも、組み立て・運搬可能な出張ステージが別途あることが望ましい。巨大モニュメントと一緒に移動させたり、常設とは別に期間限定でステージを移動させて話題提供できると望ましい。

<参考 モニュメントの装飾について>

モニュメントについて、コアグラフィックスで装飾できないか調整のうえ、可能であれば、装飾する。

（県も同席のうえ、自治体や観光協会等との打ち合わせ・調整が必要。）

イメージ



3-6 その他の個別案件

(個別の装飾案件の実施)

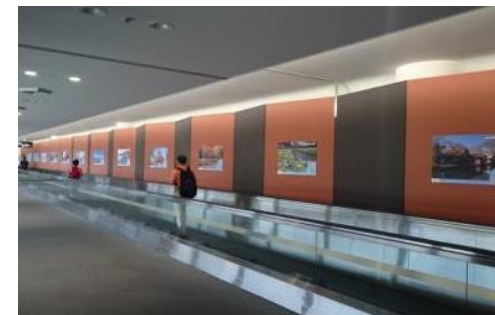
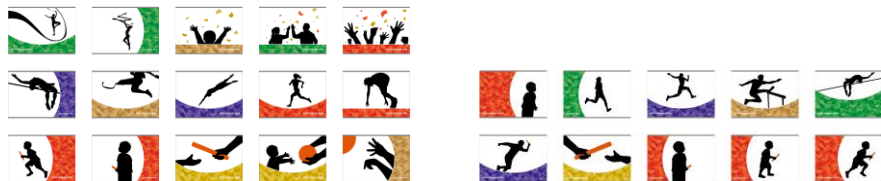


施工予定の中部国際空港の到着ロビーの壁面マグネット（トリックアート写真）

(1) 中部国際空港内の装飾物製作、取付施工、保守管理

中部国際空港内に次の装飾物を製作して（既にデザインは作成済み）、取り付け施工を実施すること。また、大会期間終了までの保守管理、終了後の撤去、廃棄を実施すること。（掲出場所に係る広告費はかからない想定。）

○ A1パネル展示（国際線・国内線の到着コンコース内の動く歩道の壁面に展示）



⇒ ストーリーを持ったデザインの合計55枚のパネルを印刷して作成し、該当壁面に取り付けること。

○ 壁面マグネット（国際線・国内線の到着ロビーの壁面に展示。6m×3m：2枚）

⇒ マグネットシートに印刷して、該当壁面に取り付けること。



(2) 装飾フラッグの製作、取付施工、保守管理

次の場所に掲出する想定 of 装飾フラッグを製作して、フラッグアームにフラッグを取付けること。また、大会期間終了までの保守管理、終了後の撤去、廃棄を実施すること。（掲出場所に係る広告費はかからない想定。）

- ▶ 広小路通（伏見～栄付近）、久屋大通、築地口～ガーデンふ頭の3地域

フラッグ装飾に当たり、取り付け場所等については別途調整が必要。
（フラッグの枚数は総数300枚を想定）



(3) 金城ふ頭駅構内の装飾（製作、施工等）、保守管理
次のOOHにより、金城ふ頭駅構内の装飾を実施する（期間は9～10月の2ヶ月）。

	単価（税抜）	計
①ホームドア横ステッカー（W515*H515 W728*H515）92枚貼付 ＜駅ホーム1番線・2番線（各扉12組）＞【広告料】	467,000円/月	934,000円
【ステッカーデザイン、作成】	262,000円	
② ホーム階上部（W2050*H500）24枚 ※代案・扉中央上部のみ【広告料】	270,000円/月	540,000円
【ステッカーデザイン、作成】	188,000円	
③名古屋駅階段正面 W2520mm×H1350mm	35,000円/月	70,000円
【シートデザイン、作成】	23,000円	
④エレベータ左 W1120mm×H1350mm	17,000円/月	34,000円
【シートデザイン、作成】	13,000円	
⑤エレベータ右、消火栓上 W1120mm×H860mm	10,000円/月	20,000円
【シートデザイン、作成】	11,000円	11,000円
①～⑤までの【施工費用】	315,000円	
①～⑤までの【撤去費用】	280,000円	
税 抜 合 計		2,690,000円
消費税及び地方消費税		269,000円
合 計 金 額		2,959,000円

(4) 金山総合駅構内の装飾（デジタルサイネージ）

次のOOHにより、デジタルメディアを利用して映像を流す。（2か月間）。

	単価（税抜）	計
J・ADビジョンCentral 金山総合駅（6分ロール中の15秒枠） （ビジョン6基・14面） <9月・10月>	280,000円/月	560,000円
消費税及び地方消費税		56,000円
合計金額		616,000円

⇒ 放送する動画については、別途指定する既存のPR動画。

(5) 県営名古屋空港の装飾（出発・到着ロビー内を中心に装飾）

次の装飾（想定）について実施する。

- ・FRP製の高さ1.5m程度のマスコット（ホノホン、ウズミン）のモニュメントを1セット（計2体）掲出。
- ・ロビー内に、のぼり旗20本程度を配置。
- ・透光性のシールにより窓ガラス、エスカレータ等を装飾。（B2サイズ程度のシール、十数か所程度）

(6) 指定する装飾物の運営・保守管理

次に指定する装飾物について、大会終了まで運営、保守管理を実施する。

(保守内容は、施工する他の装飾物と同等とする。)

- 名古屋市営地下鉄の階段ラッピング
 - ▶ 栄駅×1か所（東山線西改札口階段）
 - ▶ 金山駅×2か所（名城線1・2番線ホーム階段×1か所、3・4番線ホーム階段×1か所）
 - ▶ 瑞穂運動場東駅×3か所（ホーム階段×2か所、3番出口階段×2か所）
 - ▶ 瑞穂運動場西駅×4か所（ホーム階段×2か所、2番出口階段×1か所、3番出口階段×1か所）
 - ▶ 新瑞橋駅×6か所（桜通線ホーム階段×1か所、名城線ホーム階段×3か所、4番出口階段×2か所）
- 地下鉄駅構内装飾
 - ▶ 瑞穂運動場東駅 ポスター掲出×約35枚
 - ▶ 瑞穂運動場西駅 ポスター掲出×約50枚
 - ▶ 新瑞橋駅 ポスター掲出×約10枚、壁面シール等数枚
- 柱巻き装飾
 - ▶ オアシス21銀河の広場（地下階）×14本
- 看板
 - ▶ 東山公園駐輪場付近に10m×1.2mの看板×1枚
- 横断幕
 - ▶ 金城ふ頭×2枚（国際展示場にぎわいデッキ4m×1m、コンベンションセンター9m×1m）
 - ▶ ガーデンふ頭×4枚（通路柵 4.5m×0.75m（2枚）、4m×0.3m（2枚））
- 懸垂幕（⇒2026年7月下旬に掲出終了予定。）
 - ▶ ガーデンふ頭×1枚（ハイポールタワー 16m×1.3m）
 - ※ 保守管理以外に、運営に係る作業として、風速10m/s以上が予測される場合には、半日～1日前までに懸垂幕を下ろし、強風が収まった際には懸垂幕を上げに行くこと（ハンドルにて昇降）。

4 事業者個別の企画提案



自由裁量による事業者からのシティドレッシングの企画を提案してください。
ただし、次の制約がありますので、ご注意ください。

- ▶ 掲出場所について、基本的に愛知県内での装飾とすること。
- ▶ 法令、公序良俗、広告掲載基準に反さない内容とすること。
- ▶ 国際スポーツ大会イベントにふさわしい内容とすること。
- ▶ 大会期間終了後は、速やかに撤去（原状復旧）できるものにとすること。
- ▶ （前述の必須項目も含めて）大会に関する装飾については「アンブッシュマーケティング」（公式スポンサーでない企業が大会装飾の近くに企業名等を掲げることで、あたかもスポンサーのように見せかけて宣伝効果を得る手法）を防ぐため、掲出する場所周辺の状況を大会組織委員会が確認します。
確認結果によっては、代替の掲出場所への変更が必要になります。
- ▶ マスコット、コアグラフィックス、ロゴのみならず大会名称等も大会組織委員会の知的財産になります。仕様に当たっては利用申請による許可が必要になります。

	本案件の構成要素	今後の調整
①	オアシス21及び市街地装飾 ⇒ オアシス21	装飾の具体内容や施工方法等の条件について詰めていく必要あり（愛知県・名古屋市と施設管理者にて現在調整中のため、その中に受託者も参加すること。）。
	⇒ 市街地装飾	受託者にて、場所を含めて検討し、提案すること。掲出場所の管理者との詳細調整は受託者で行うこと。
②	公共交通機関の施設装飾	有償広告枠での装飾を想定するが、該当駅に枠が無い場合には愛知県・名古屋市を通じて駅との調整を実施すること。
③	ラストマイル装飾	過去実績もあるため、先行事例に基づいて、装飾箇所（電柱・電信柱）の選定を受託者で実施して、電柱・電信柱の広告事業者へ発注すること。
④	巨大マスコット	掲出場所の条件を踏まえ、形・大きさ・素材・施工方法等について受託者と調整すること。マスコットのポーズを含めた知的財産の利用に当たっては、愛知県・名古屋市と共に大会組織委員会と調整すること。
⑤	新しいメディア（SNS）、話題性による盛り上げ	
⑥	その他の個別装飾案件	愛知県・名古屋市を通じて、掲出場所の管理者との詳細の調整を実施すること。
⑦	提案者ごとの企画提案	新規場所の提案については有償広告枠での装飾を想定。①～⑥の補完・追加等に係る内容については、愛知県・名古屋市と共に掲出場所の管理者との調整をすること。