

## 日本財団の活動理解促進のための子ども関連事業周知に係る提案依頼書

### 1. 件名

日本財団の活動理解促進のための子ども関連事業周知業務

### 2. 目的

日本財団は、子どもの未来の可能性を育むため、特別養子縁組支援や難病児支援、「子ども第三の居場所」の全国展開、次世代へ豊かな海を引き継ぐ「海と日本 PROJECT」やアスリートの発信力を活かし子どもの支援を加速させる「HERO s プロジェクト」など、子ども支援に関わる事業活動を積極的に推進している。近年では、2025年4月に開校したオンライン大学「ZEN 大学」への支援を通し、格差のない新しい教育環境の構築を目指すなど、子ども対象の事業の幅を加速度的に拡大している。

本業務は、すべての子どもに係る社会課題とその対策の必要性への理解・共感を醸成するとともに、日本財団の活動に対する認知・理解のより一層の拡大を図るべく、新たなテレビCMを制作及び放送をするほか、当該放送等の効果を高めるべく、インターネット等の各種広告媒体を組み合わせた一体的な広報活動を設計及び実行するものである。また、マスメディアを活用した広告出稿のほかに、子ども支援に係る活動への参加・関与等を促すイベント等の関連広報施策を一体として行うことで、当財団との反復的・多面的な接点を設け、より深い活動理解の波及を目指す。なお、過年度実施した類似のキャンペーンについては別途参加者に提供する。

### 3. 定量的 KPI

(1) 本業務における制作物や施策は、以下のような指標の改善を目的とする。但し、2の目的を達成するために、必要と思われる KPI 設定が必要であれば、これと異なる提案を行うことを妨げるものではない。

- i. 日本の子ども支援に取り組む代表的な団体として日本財団が挙がるか。「子どもと言えば日本財団」との想起
- ii. 日本の子どもを取り巻く社会課題の重要性及びその対策の必要性に対する認知、理解、共感
- iii. 日本財団に対する認知、活動理解、好感、継続的なエンゲージメント
- iv. 寄付またはボランティアを行う場合の選択肢として日本財団が含まれるか
- v. 参加者数、CM 接触率、動画再生数など、本業務の各施策の実施に伴う成果指標
- vi. 日本の子ども支援に取り組む意欲を持つ個人・団体による指名検索・問合せ等

#### 4. ターゲット

(1) 本施策のターゲット層としては以下を想定する。但し、より効果的な広報活動の実施のため、これと異なる提案を行うことを妨げるものではない。また、地域や広報活動全体の設計に応じて重点ターゲットを別途設定する提案も可とする。

- i. 一般子育て世帯（30－50代男女）
- ii. 子ども関連課題・支援に関心を持つ層
- iii. 団体設立や就職などの形で社会課題解決の担い手となり得る層（退職後の高齢者、大学生や若者、副業等に関心を持つ社会人など）

#### 5. 業務委託期間

2025年9月1日（所定の手続き完了後）から2026年3月31日

#### 6. 業務内容

##### (1) テレビCMの制作

i. 以下の事項を勘案し、必要に応じて本業務の目的を達成するために最も効果的なテレビCMクリエイティブを提案すること。但し、より効果的な広報活動の実施のため、これと異なる提案を行うことを妨げるものではない。

- 1 制作する映像のパターン数、本数、映像尺は本業務の目的を達成するために最も効率的と思われるものの提案を期待する。6-(2)のテレビCMの放送の提案内容との連動性も勘案すること。
- 2 納品された制作物は、日本財団が管理・運営するWebサイト、YouTube等の動画配信サイトへの投稿、SNSサイトへの投稿で二次使用する可能性がある。このため、著作権の取扱いや利用許諾条件を明確にした上で、二次利用を前提とした使用許諾およびそれに係る費用も含めたうえで提案・見積を行うこと。
- 3 出演者人件費、楽曲費の想定を見積書に明示すること。出演者人件費や楽曲延長費など、将来映像の使用にかかる契約を延長する際に発生する費用（年間）の目安を、参考として提示すること。

##### (2) テレビCMの放送

i. 6-(1)の業務で制作した映像を活用し、以下の仕様の範囲内において、本業務の目的を達成するために最も効果的なテレビCM放送プランを提案すること。但し、より効率を高めるため異なる提案を行うことを妨げるものではない。

- 1 放送期間：2026年3月末まで

2 放送エリア：原則として関東エリア(1都6県)を除く全県。

- エリア・時期・放映量の検討にあたっては、定量的な成果が確認可能であることを特に重視する。2024年度は広く一般の関心を集め得る複数のテーマで、エリア・時期を絞って放送するプランを立て、集中的に大きな放映量を確保した。(具体的なCMクリエイティブとCM投下エリア、放映量は参加者に別途提供する)。今年度は放映料の高額な関東エリア(1都6県)を除き、昨年度の放送エリアと合わせて、全40道府県をカバーする放映を見据えている。なお、次年度以降の契約継続を保証するものではないが、来年度には全国すべてのエリアでの放送を網羅する計画である。
  - 日本財団が2024年度の広報施策においてCM放映を行った以下の都府県と合わせて、関東エリア(1都6県)を除く全40道府県全てをカバーするように設定すること。2024年度の放映エリアとの重複も可とするが、重複するエリア選定にあたっては、明確かつ定量的な結果が得られる可能性を特に重視すること。また、エリアの選定理由を明記すること。
- 瀬戸内4県(岡山、広島、愛媛、香川)、九州(福岡、佐賀、長崎、熊本、大分、宮崎、鹿児島)、沖縄
  - 関西(兵庫、大阪、京都、滋賀、奈良、和歌山)、北陸(石川)
  - 東北(青森、岩手、宮城、秋田、山形、福島)、東海(愛知、岐阜、三重)

ii. 出稿量

- 1 CM放送に関する具体的な出稿量(放送枠数、媒体、期間等)については、本提案依頼書では一律に指定しない。提案者において、本業務の目的および全体予算の範囲を十分に勘案の上、最大限の効果を発揮する広報計画を立案し、提案すること。なお、提案にあたっては、出稿量の妥当性および想定される効果(到達人数、視認率等)を可能な限り定量的に示すことが望ましい。
- 2 本業務の目的の達成に最適と思われる場合には、テレビCM以外の以下の媒体を用いる広告等を、本項の提案に含めてもよい。各項目は例示であり、異なる媒体の提案も可とする。
  - 新聞広告
  - ラジオCM
  - Web広告、SNS

- OOH（交通広告、屋外看板広告）
- Web サイト

(3) テレビ CM 放送エリアにおける関連広報アクティベーション施策の実施

- i. 本業務は、以下のような項目の実現をその目的とする。
  - 1 6-(1)(2)との相乗効果が見込まれるイベント等のアクティベーション施策を実施し、一方的な情報発信に留まらず参加・関与・実体験を促し、またメディア取材によるパブリシティ獲得による繰り返しの接触効果により、一層効果的な KPI の改善を図る施策を提案すること。
- ii. テレビ CM 等の広告が展開されている地域や期間において、参加・関与を伴う以下のような広報施策を実施する。以下は例示であり、異なる提案も可とする。
  - 1 1 社提供ミニテレビ番組、YouTube 番組などの制作・放映
  - 2 各種 SNS を活用した参加型キャンペーンの開催
  - 3 スタジアム・競技場・アリーナ等での日本財団独自のイベントの開催又は既存のイベントへの協賛、後援、ブース出展
  - 4 商業施設・興行・既存イベント等における展示・ポップアップその他のイベント、キャンペーン、協賛・後援等の企画実施
  - 5 消費者との接点の多い企業、地元メディア、地元スポーツチーム（プロ・アマチュアを問わない）その他の集客力・訴求力を有する機関との共同イベント、キャンペーン、協賛等の企画実施
  - 6 町内会・自治会等の地域住民団体や教育機関との子ども関連イベントの実施
  - 7 学校、部活、習い事など子ども関連の集まり、施設向けの教育・啓発コンテンツの制作・配布
  - 8 地元の文教施設・レジャー施設・商店街・商業施設・スポーツチームなどとのコラボ企画の運営（教育・啓発コンテンツの展示・配布、寄付付き企画・商品の開発など）
- iii. 施策の実施にあたっては、メディア取材等のパブリシティの獲得を目指すことも推奨される

(4) 効果検証および戦略検討業務

- i. 6- (1)～(3)を実施したことによる各 KPI のリフト効果を可視化するため、各施策の実施前と実施後に必要なアンケート調査を行う。調査の例としては以下等が考えられるが、異なる提案を妨げない。

① 調査形式： Web モニター調査

② 対象人数： 各実施エリアの 1,000 名程度（都道府県毎である必要はない）

- ii. 効果検証および業務実施結果を踏まえて日本財団の認知度向上に向けた戦略検討を行い、報告書を PowerPoint 又は Word にて作成し、広報チーム担当者に対し説明を行うこと。なお、報告書には主に以下のような情報が含まれることを想定する。

- 1 2026 年度を目途に、全国的に効果を波及させるための手法や、必要となる各種広告の投入量、必要となるコスト、得られる各 KPI のリフト効果のシミュレーション

(5) 日本財団公式サイト等で活用するための新規素材撮影

- i. 日本財団が実施する子ども支援活動に関して、受益者や現場の様子を記録する映像および静止画の撮影を行い、編集を含めた素材を日本財団に納品すること。本業務で撮影した素材を 6- (1)～(3)で活用することも念頭に置くこと。なお、撮影にあたっては、事業の重要な場面や印象的なシーンを可能な限り網羅的に記録すること。また、撮影・編集・納品にかかる人件費、出張旅費、宿泊費など、すべての経費を含めたうえで、最大金額にて見積もりを提出すること。なお、撮影された素材は、日本財団が他の媒体・広報活動等において二次利用するため、著作権の取扱いや利用許諾条件を明確にした上で、二次利用を前提とした使用許諾およびそれに係る費用も含めたうえで提案・見積を行うこと。また、取材・撮影の許諾は委託者と受託者が連携し、該当施設や関係者に書面等で確認を取った上で作業を進めること。

1 成果物：委託期間内に動画 3 本以上とそれに伴う静止画像

2 撮影回数：6 回（3 プロジェクト×2 回程度） ※地方での撮影含む

3 撮影エリア：日本国内

4 動画編集要件：

- ファイルサイズ：5～10MB（画質が荒くなりすぎない程度に圧縮）※WEB 側のレギュレーション指定
- 画角（アスペクト比）：16:9（場合によっては SNS 用に加工する可能性あり）
- アクセシビリティ対応：字幕またはテロップを必ず挿入すること

- サムネイルの制作
- キャプション作成

※ループ再生可能な構成にすること

## 5 納品形式

- 動画：シロ素材、アクセシビリティ対応済の素材、mp4 形式
- 静止画：オリジナル画像 jpg 形式

## 6 人件費算出条件

- 基本、ディレクター1名、カメラマン1名の2名体制を想定
- 出張撮影(1泊2日想定。交通費・宿泊費別) ×6回(3プロジェクト×各2回)

## 7 交通費・宿泊費算出条件

- 出張を伴う交通費・宿泊費に関しては、以下を想定費用として見積に含めること

960,000円 (1回 80,000円/人×2人×6回)

※なお、実際には実費分を支払う

※移動距離が在勤地より片道 100km 以内の取材場所である場合は、制作費に交通費を含むものとする。

※上限等については以下当財団の規定に従うものとする

＜貴社の業務担当者の出張時の精算について＞

- 国内出張とは、移動距離が在勤地より片道 100km を超える場合を指す
- 航空機利用の場合、原則割引・格安航空券を利用すること
- 鉄道利用の場合、原則グリーン車は利用しないこと
- 宿泊は原則一泊 10,500円を上限とするが、事情により上限を超えた場合は実費精算とする

## 7. 提案内容

- (1) 上記全ての業務を合わせ、8.3億円(税込)を上限予算とする。
- (2) 上記に係る提案内容に加え、提案書の作成にあたっては以下の項目を必ず盛り込むこと。なお、本評価には担当部署以外の者も関与するため、専門用語等はわかりやすく記載すること。

### ① 類似業務の経験/能力：

本業務に類似する業務の受注実績（主に直近5年間のもの）を提示すること。

② 業務執行体制/バックアップ体制：

本業務を円滑に遂行するための業務執行体制（再委託を行う場合は再委託先含む）欠員・トラブル等におけるバックアップ体制を提示すること。

③ 関係法令：

本業務に関連する法令を明示の上、以下について提示すること。

- 当該法令に関する研修実施の有無・頻度
- マニュアル・方針・規程等の存否

④ 業務責任者及び担当者の経験/能力：

責任者及び各担当者の類似業務実績（主に直近2年間のもの）、経歴、資格等を提示すること。

⑤ 業務方法：

本業務を円滑に遂行するための具体的な業務手法を提示すること。

⑥ 作業計画：

本業務を円滑に遂行するための実現可能なスケジュールを提示すること。

⑦ コストダウン：

適切な価格となるようコストダウンにつながる工夫を検討の上で提示すること。

8. その他の重要事項

- (1) 本業務の遂行にあたり、担当予定者が有する専門性および過去の実績を重視して選定を行う。そのため、提案に際しては、各担当予定者が携わった類似業務の受注実績および具体的な役割・成果等を記載すること。特に直近5年間に実施された案件を中心に、業務の内容・規模・成果・実施体制（委託・再委託の有無やその内容を含む）が把握できる情報を提示すること。
- (2) 2012年より、日本財団は、ブランドに関するコミュニケーション・コンサルティング、クリエイティブプロデュースおよびディレクション業務を株式会社サムライに委託している。本業務の遂行にあたっては、定例MTGに参加するなど、日本財団及び株式会社サムライと緊密に協議・連携し、共同でプロジェクトを遂行することを前提とする。そのため、当財団が求める高い水準に応える専門性・創造性を備えたチーム編成であることが不可欠であり、協業に相応しい提案体制を構築している企業を選定する方針である。また、提案されるデザイン及び制作物の完成度に加え、企画立案力、実行管理能力、および柔軟な対応力を重視する。あわせて、株式会社サムライが担当する日本財団全体のブランドコンサルティング業務に対して、有効に寄与し得る体制であるかどうか、選定における重要な評価要素とする。
- (3) 本提案依頼においては、提案内容の企画力および展開内容の優劣に加え、事業者の任務遂行能力についても評価の対象とする。選定された事業者に対しては、速やかに当財団および株式会社サムライと本委託業務に関する協議の機会を設ける予定で、協議の過程において、提

案時の展開内容が変更となることは十分に想定されるため、その可能性を踏まえた柔軟な対応を念頭に置かれない。

- (4) 本業務の趣旨および進行方針についての理解を深めることを目的として、参加社に対し、7月11日（金）にオンラインまたは対面にてオリエンテーションの機会を設ける予定である。詳細が決まり次第、参加社に対して別途連絡するものとする。
- (5) 当財団の支援する事業の性質上、課題や困難を抱えた家庭や子どもが所属・参加する施設やイベントも数多く存在する。そのため、テレビCMその他の広報素材のために、実際の施設や家族、子どもの静止画や動画が撮影できないことも多くある点に留意のこと。それぞれの事業の性質に応じて、子どものプライバシー保護の必要性の程度を都度判断し、最終的な撮影可否等は撮影対象施設・個人との協議により決定する。