

提案依頼書

1. 件名

無人運航船事業の広報を通じた公益事業への理解促進に係る施策の実施

2. 目的・背景

日本財団は、広く一般からの認知度および活動理解の向上を図るため、TVCMや新聞広告などのマスメディア広告、インターネット広告、公式SNSアカウントでの情報発信等に長年取り組んできた。しかし、国内の類似団体と比較して、依然として認知度および活動理解は十分とは言えず、現状を大きく改善するには至っていない。とりわけ、前身である「日本船舶振興会」が海洋・船舶関連の支援事業を柱としていたにもかかわらず、現在における日本財団の船舶関連事業の国民の認知は低い結果となっている（WEB調査結果は参加者に別途提供する）。

日本財団の船舶関連事業の認知度及び活動理解の獲得には、広く一般の関心を集め、人々の耳目を集める事業を活用し、当財団の活動を効果的に発信することが不可欠であるところ、2020年より推進している無人運航船プロジェクト「MEGURI2040」の第2フェーズが、今般本格化することとなり、実証船舶や陸上支援センターなど、一般の人々が実際に目で見、触れ、体験可能な「モノ」がある「MEGURI2040」を活用することは、タイミングとしても内容としても最適なテーマだと考えている。

本業務では、「MEGURI2040」の第2フェーズが本格化するこの機会を活かし、実際に「見て・触れて・体験できる」要素を含む「MEGURI2040」を主な広報テーマとして展開するものとする。これにより、造船及び造船関連工業の周知啓発とあわせて、日本財団全体の認知度・好感度・活動理解の向上を図るとともに、船舶事業や海洋に関する社会課題に取り組む個人・団体の裾野拡大をめざすものとする。

なお、次年度以降の契約継続を保証するものではないが、長期的には、日本財団の他の海洋事業（ゼロエミッション船プロジェクト、洋上風力人材育成プロジェクト等）も今後の広報キャンペーンに活用する可能性があるため、本年度の実施結果の整理とそれを踏まえた将来の展開戦略の検討も求める。

※参考：[無人運航船プロジェクト「MEGURI2040」](#)

3. KPI

- (1) 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
- (2) 無人運航船プロジェクト「MEGURI2040」を中心とした日本財団の造船及び造船関連工業に対する認知、活動理解、好感、継続的なエンゲージメント（無人運航に対する安全・安心に関する指標等の「社会受容」側面のスコアも含む）
- (3) 各施策による成果（イベント参加者数、広告接触率、動画再生数等）

4. 業務委託期間

2025 年 11月上旬以降（所定の手続き完了後）から 2026 年 9月 30 日

5. ターゲット

- (1) 施策のターゲット層としては以下を想定する。本業務では、両者を同時に対象とする単一の施策ではなく、それぞれを個別に重点対象とした施策を別々に提案することを基本方針とする。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。
 - i. 未就学児～小学校高学年及びその保護者世代
 - ii. 中学生～高校生（大学等の進路選択、就職を通じて将来的に社会課題解決の担い手となり得る層）
- (2) 提案者は、i向けの施策案とii向けの施策案を、それぞれ別個に最低1案ずつ提示すること。（例：i向け施策案1案+ii向け施策案1案＝計2案以上）
※1つの施策でiとiiの両方を同時に対象とする案のみを提出することは基本方針ではないが、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。
- (3) 上記に加え、iおよびii向け施策の両方を予算内で並行実施する提案も歓迎する。その上で、実施内容は、当財団において検討（必要に応じて協議）を行い、提案された複数の選択肢の中から、予算や効果等を踏まえて最適な実施案を選定することとする。

6. 施策実施エリア

- (1) 岡山・香川
- (2) 近畿2府4県（大阪府、京都府、兵庫県、滋賀県、奈良県、和歌山県）
※上記（2）については、兵庫県西宮市に陸上支援センター（常設型）が存在するため、実施地域とするが、今後の調整等により、エリアの変更または未実施となる可能性がある。提案にあたっては、柔軟な対応方針を示すことが望ましい。

7. 受託者が行う業務

- (1) テレビCM等のマスメディア広告、もしくはWEBプロモーションで利用できる映像・イラスト・グラフィック等のクリエイティブ/素材の制作と放映・発信
 - i. 本項の記載を勘案し、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等のクリエイティブ/素材を提案すること。但し、テレビCMの実施は必須ではなく、WEBを中心としたキャンペーン計画の方が効果を見込めるようであれば、WEB内で活用できる形式の素材を制作すること。なお、CM、WEB等の複数のメディアを組み合わせたクロスメディア展開も期待する。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。
 - ii. WEBを中心としたキャンペーン計画を実施する場合は、単なるWEB広告出稿や短期接触にとどまらず、立体的・多層的な広報展開を行うことが望ましい。また、WEB広告等を通じて接点を持ったユーザーに対し、サイト訪問・参加・体験・拡散へとつながるような一連の導線設計やコンテンツ構成を工夫すること。具体的には、以下のような視点を盛り込んだ提案を期待する。

- コアとなるキャンペーンサイトや特設ページ等の構築・運用
 - キャンペーンサイトと、実証船や陸上支援センター等のリアルな施策との連動や誘導導線の設計
 - YouTuberなどのインフルエンサーとの協業による拡散力強化や参加促進
 - SNS、WEB広告、映像、イベント等を組み合わせたクロスチャネル展開
- iii. WEBプロモーションを実施する場合は、キャンペーン全体の設計とともに、WEB広告出稿プランをあわせて提案すること。
- 配信対象地域：原則として「6.施策実施エリア」に準じること。但し、媒体特性やターゲットに応じて全国配信や限定配信など、効果的なエリア設定を提案して差し支えない。
 - 配信期間：第2フェーズの実証実験の行われる時期に集中させること（実証実験の詳細は参加者に別途提供）
 - 出稿量：広告の出稿量（インプレッション数、CPM、CPC等）は、本業務の目的および全体予算の範囲を踏まえ、最大限の効果を発揮するものとして提案すること。可能な限り、配信見込リーチ数、クリック数、動画視聴完了率等の数値を用いて定量的に効果を示すことが望ましい。
- iv. WEBプロモーションに絞った施策の実施を提案する場合においても、メディア取材等のパブリシティの獲得を目指すことが推奨される。メディア取材については、本施策のみならず、実証実験に係るメディア向けの記者会見への誘致/営業要請も含めることを期待する。
- v. テレビCMを作成する場合は、合わせてCM放送プランを提案すること。
- 放送エリア：原則として「6.施策実施エリア」に準じること。
 - 時期：第2フェーズの実証実験の行われる時期に集中させること（実証実験の詳細は参加者に別途提供）
 - 放映量：具体的な出稿量（GRP、PRP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。
- vi. 制作する素材・映像のパターン数、本数、映像尺等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内容を提案すること。
- vii. 広告に用いるコピー・クリエイティブの制作、送稿作業、配信作業など、広告発信に必要な工程は全て委託業務に含まれるものとする。
- viii. 広告に用いるコピー・クリエイティブは、本業務で行う複数施策間での相乗効果の発現を重視し制作すること。相乗効果を発現させる工夫を提案書中に明記すること。
- ix. 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。

- x. 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。
- xi. 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やWEB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。複数のメディアを組み合わせたクロスメディア展開も期待している。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
 - ・ 1社提供ミニテレビ番組などの制作・放映
 - ・ OOH（交通広告、屋外看板）
 - ・ 子ども・保護者層にリーチ可能な教育関連媒体・情報誌・配布物等
 - ・ 商業施設や店舗等における来場者向け広告、プロモーション媒体
 - ・ 地域に根ざしたメディア（地域紙、コミュニティFM、ケーブルテレビ）等

(2) (1) の広告・情報発信と連動した広報アクティベーション施策の実施

- i. (1)の広告で周知が困難な層へのリーチ、(1)を見た者に繰り返し接触することでの相乗効果の発現、また一方的な情報発信に留まらず参加・関与・実体験を促すことによる一層効果的な KPI の改善を図るため、イベント、配布物、参加型キャンペーン等のプロモーション活動を提案すること。
- ii. 実施エリア、ターゲット、KPI は(1)と同様とし、実施時期については、第2フェーズの実証実験の行われる時期と連動させること。
- iii. プロモーション活動の例としては以下が考えられるが、本業務の目的の達成に資するものであれば、これらと異なる提案を行うことを妨げるものではない。
 - ・ YouTube番組等の映像コンテンツの制作・配信（後述のインフルエンサー等とのコラボを含む）
 - ・ ターゲット層に親和性の高いキャラクター、インフルエンサー、アート、ゲームなどを活用や各種SNSを活用した参加型キャンペーンの開催
 - ・ 実証船舶「おりんぴどりーむせと」や「陸上支援センター」ほか、日本財団の海洋船舶事業に関連する場所（造船所、船橋等）を開催場所として活用したイベント、コンテンツ等
 - ・ 船輸送の荷主である企業（EC会社等）とタイアップし、注文から自宅へ届くまでのトラッキング・航路体験などのコンテンツ提供
 - ・ 学校、部活、習い事などの集まり、公共施設（図書館・児童館・公民館等）、教育関連施設（科学館・博物館・水族館等）向けの教育・啓発コンテンツの制作・配布
 - ・ 小学生向け出張授業、中高生向け探求学習型ワークショップ（物流を支

える船舶の重要性、人材不足という社会課題を解決するための無人化技術の貢献等を学ぶコンテンツ等)の開催など「MEGURI2040」を中心とした船舶事業・産業を深く学ぶ機会の提供

- 船上、ボートレース場、スタジアム、競技場、アリーナ、商業施設、レジャー施設等での日本財団独自のイベントの開催
- 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
- 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）その他の知名度が高く集客力・訴求力を有する組織・機関との共同イベント、キャンペーン、協賛等の企画実施

- iv. 一連のアクティベーション施策は、本業務で行う（1）の施策との相乗効果の発現を重視し企画すること。相乗効果を発現させる工夫を提案書中に明記すること。
- v. 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。メディア取材については、本アクティベーション施策のみならず、実証実験に係るメディア向けの記者会見への誘致/営業要請も含めることを期待する。

(3) 効果の検証

- i. (1)～(2)の施策を実施したことによる広報効果、「3.KPI」のリフト等を可視化するため、施策実施エリアを対象に、実施前と実施後に必要な調査を行う。
- ii. これまでは、各エリア1,000名程度を対象としたWEB モニター調査を実施していたが、これと異なる提案を妨げない。ソーシャルリスニングやステークホルダーインタビューなど別の手法が適切であれば、その提案を期待する。一時的な結果報告ではなく、施策前後の調査結果から来年度や他事業の広報施策への展開を検討しやすい検証方法の提案を求める。
- iii. 本年度の実施結果の整理に加え、それを踏まえた将来の展開戦略の検討も求める。

8. 提案内容

- (1) 上記全ての業務を合わせ、1.5億円（税込）を上限予算とする。
 - i. 2026年3月末までに完了する業務と、2026年9月末までに完了する業務について、見積上でその区分が分かるように表示すること。原則として、3月末までに完了する業務に比重を置き（目安：約1億円程度）、残額を9月末までに完了する業務に充てることを想定する。
 - ii. 委託料の支払いは、3月末までに実施された業務分と、9月末までに実施された業務分で、2回に分けて行う。
- (2) 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3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：

本業務に関連しうる法令を明示の上、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。

9. その他重要事項

- (1) 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、9月11日（木）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。
- (2) 第2フェーズ実証実験について、周辺状況の変化により実施時期やエリアが変更となる場合も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たい。
- (3) クリエイティブ制作、イベント実施等について、実際の実証船である内航旅客船「おりんぴあどりーむせと」、無人運航設備を初期搭載した新造コンテナ船（仮称：旗船、建造中）」、RORO船「第二ほくれん丸」や「陸上支援センター（常設型・移動型）」を活用する提案も歓迎するが、実証実験の実施期間中は、安全管理や技術検証の都合により、現地での撮影やイベント実施ができない場合がある。実際の活用については、日本財団の許諾をもって行うものとする。このため、提案時に想定した内容と実際の展開内容に変更が生じる可能性があることを、あらかじめ考慮すること。（コンテナ船「みかげ」の活用については、調整困難）
- (4) 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が強く推奨される。メディア取材については、本アクティベーション施策のみならず、実証実験に係るメディア向けの記者会見への誘致/営業要請も含めることを大いに期待する。