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に係るテレビ CM 放映実施業務

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「HEROs 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、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、日本財団の子どもに係る活動に対する認知・理解・共感のより一層の拡大を図るべく新しく制作したテレビ CM の放送と、WEB 広告配信を組み合わせた一体的な大型の広報活動を全国規模で設計及び実行するものである。

なお、テレビ CM 等の素材については、現在制作中（画コンテ等の情報は参加者に別途提供）であり、その内容も加味し、効果的な放送・配信プランの提案を期待するものである。

3. KPI

i. 本業務における施策は 、以下のスコアの向上を目的とする。但し、2.目的を達成するために、必要と思われる KPI 設定が別にあれば、これと異なる提案を行うことを妨げるものではない。

① 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」との想起率（11.1%）。（調査結果は参加者に別途提供）

② 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

③ 子ども支援に関心を持つ個人・団体による寄付、ボランティア、助成申請/問合せ等の件数

④ ボートレースの売上金の一部が日本財団の社会貢献活動に活用されているという認知

4. ターゲット

本施策のターゲット層は「一般子育て世帯（30－50 代男女）を中心とした**オールターゲット**」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。

5.　業務委託期間

2026 年 1 月（所定の手続き完了後）から 2026 年 9月30日

6.　業務内容

i.　地上波テレビ CM の放送

日本財団保有の既存映像素材を活用し、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 6 月～2026 年 7 月

- 2026FIFA ワールドカップ開催期間を含む 2 か月間を放映期間に設定するが、開催期間中（2026 年 6 月 11 日～7 月 19 日）の 1 か月間の出稿量を特に多く設定すること。

②　予算：**6 億円（税込）上限**

- ワールドカップ開催期間の 1 か月間で、関東エリア 2 億円、それ以外のエリアに 2 億円を目途に全国に投下すること。（開催期間内で合計 4 億円）

媒体	エリア	3 月	4 月	5 月	6 月		7 月
TVCM	関東	契約済	不要		0.5 億	2 億	0.5 億
	それ以外のエリア				0.5 億	2 億	0.5 億
					期間 B（W 杯開催前）	期間 A（W 杯開催中）	期間 B（W 杯開催後）

③　放送エリア：全国

④　クリエイティブ：30 秒

- 現在 CM 制作中であるため現時点では動画データはない。ＣＭの画コンテ等の情報を参加者に別途共有する。

⑤　放送枠：地上波スポット CM/ワールドカップ特別枠等

- 各枠の選定・配分は最適なプランの提案を求める。
- ワールドカップ地上波放送特別 CM 枠など、ワールドカップに連動したメニューが存在する場合は積極的な提案を求める。
- 放送期間を 2 か月（6 月～7 月）以内と設定しているためタイムの提案は求めない。

⑥　放送時間帯：全時間帯

- 具体的な放送時間帯については、最も費用対効果が高いと考えられる時間帯を提案すること。

⑦　出稿量：

- 各放送エリア毎に以下の PRP 以上を出稿すること

期間 A：1,000PRP 以上

期間 B：　500PRP 以上　※6 月前半と 7 月後半期間の配分は提案に委ねる

- CM 放送に関する具体的な放送枠数、媒体等については、本提案依頼書では一律に指定しないが、各エリアにおいて上述の出稿量は必ず確保すること。**予算の中で可能な最大限の出稿量を確保し、且、本業務の目的に対し、最大限の効果を発揮する放送プランの提案を期待する。**

⑧　その他

- スポットの提案にあたっては、以下指標を示し、途中で別指標と混在させないこと。

1. **PRP（Persons Gross Rating Point）　※15 秒換算**
2. **TRP（Target Rating Point）　※15 秒換算**

- スポットに関して、上記指標を日本財団の指定する以下のフォーマットに記載し、提案書内に含めること。（フォーマットは参加者に別途共有、共有時に以下イメージと多少の変更が生じる可能性はある）

※フォーマット_イメージ（空欄は各社において記載）

					合計		
エリア	期間	Cost（税込）	PRP	TRP_30－50 代男女	Cost（税込）	PRP	TRP_30－50 代男女
関東	A	2 億			3 億		
	B	1 億					
関西	A						
	B						
中京	A						
	B						
…	A						
	B						
…	A						
	B						

- 選定した局への送稿データ作成、送稿作業など、受託者は CM 放映完了に必要なすべての業務を賄うこと。

- 本出稿に伴う、局側へのパブリシティ交渉は基本不要とする。

ii. WEB 広告の発信

日本財団保有の既存動画素材（CM 用）とグラフィック素材を活用し、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 WEB 広告プラン（コネクテッド TV 広告等も含む）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 配信対象地域：全国

- 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。

② 配信期間：2026 年 3 月～2026 年 7 月 （5 カ月間）

③ 予算：**5 億円（税込）上限**

- 月に約 1 億円、5 か月間で合計 5 億円（税込）上限を投下すること。

④ クリエイティブ：

1. 動画：30 秒/60 秒尺
2. グラフィック：現在作成中。meta/X/google/LINE 等の主要な WEB 広告配信に必要なサイズの画像は提供予定。(完成前のグラフィックイメージは、参加者に別途提供)

⑤ 出稿量

- 広告の出稿量は、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、インプレッション数、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。

⑥ その他

- テレビ CM と違い、多種多様な WEB 広告メニューを一律の出稿単位で比較することは困難だと考えている。評価をする日本財団職員がメニューをより理解し、出稿ボリュームやその効果について、正しく判断できるような明確で丁寧な提案を求める。広告出稿量について、理解しやすい指標があれば、指標自体の提案も歓迎する。

iii. 効果検証および戦略検討業務

① 6- ⅰ～ⅱ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）

② 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。

7. 成果物

i. 6- ⅲの報告書
ii. CM 放送実績を示した資料一式（アクチュアルレポート等）
iii. WEB 広告配信実績を示した資料一式

8. 提案内容

i. 上記 全ての業務を合わせ、**11 億円（税込）**を上限とする。

① 予算配分目安

<table>
<tr><th>媒体</th><th>エリア</th><th>3 月</th><th>4 月</th><th>5 月</th><th>6 月</th><th>7 月</th></tr>
<tr><td rowspan="2">TVCM</td><td>関東</td><td rowspan="2">契約済</td><td colspan="2" rowspan="2">不要</td><td>0.5 億</td><td>2 億</td><td>0.5 億</td></tr>
<tr><td>それ以外のエリア</td><td>0.5 億</td><td>2 億</td><td>0.5 億</td></tr>
<tr><td>WEB 広告</td><td>全国</td><td>1 億</td><td>1 億</td><td>1 億</td><td>1 億</td><td>1 億</td></tr>
</table>

② 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。(3 月末までに完了する業務は、1 ヶ月分の WEB 広告［目安：約 1 億円程度］、残額については、9 月末までに完了する業務に充てることを想定する。)

③ 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。

ii. 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 2 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。

1. 当該法令に関する研修実施の有無・頻度
2. 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. その他の重要事項

i. 2026 年 3 月については、すでに CM 放送（全国）業務を委託している。本業務で 2026 年 3 月に委託する施策は WEB 広告のみのため、重複の可能性はない。但し、実際の放送・配信業務を進める段階においては、確定している放送・配信予定枠を確認の上、重複を回避しているか確認の上進めること（必要に応じて、既存委託業者との資料共有/打ち合わせの場をセットする）。

ii. 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、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も想定されるため、その可能性を踏まえた柔軟な対応を念頭に置かれたい。

iii. CM 放送や WEB 広告に関する具体的な出稿量については、本提案依頼書では一律に指定しない。**但し、予算の中で最大限の出稿量を確保し、且、本業務の目的に対し、最大限の効果を発揮する放送プランを立案することを期待する。特に、TVCM については、出稿ボリュームについて評価のポイントとする。**

以上