

『子ども』を通じた広報施策に係る提案依頼書

1. 件名

「子ども」をアンバサダー・媒体とした財団及び公益事業への理解促進に係る広報施策の提案依頼

2. 業務概要

本企画に選定された子どものプロデュース・露出機会づくり、取り巻く社会課題の周知啓発
密着取材を通じた広報施策

3. 目的

当財団では、里親や特別養子縁組の普及、難病児や障害児への支援、学校や家以外の居場所「子ども第三の居場所」の展開、海洋体験や教育プログラムを提供する「海と日本 PROJECT」、近年ではスポーツを活用した子どもの非認知能力向上事業など、国籍・性別・障害有無等に関わらず子どもを対象とした幅広い事業を展開している。

上記事業についてはこれまで、記者発表会やプレスリリース等を通じたメディア向け発信、テレビ CM や新聞広告などの各種マスメディア広告、インターネット広告、公式 SNS アカウントでの発信等に長年取り組んできたところである。一方で、当財団が定期的に実施している認知度や好感度等を測定する調査によると、「子ども支援の活動と関連が強いと思う団体か」を問う設問に対し、日本財団に対する想起率は 11%（他の非営利団体と並べて 7 位）であり、日本財団が子どもを対象とした事業を実施していることについて、社会から十分に認知されている状態とは言い難い。世間及び各支援分野における当財団（コーポレートロゴも含む）の活動認知度及び信頼・好感度は、当財団助成表示を掲示した事業への社会的な信頼度とも結びつくこともあり、ひいては公益事業に対する理解促進や事業申請にも影響すると考えられ、現状の認知度は看過できない状況といえる。

そこで当財団では、「当財団が子どもを対象とした事業を実施している団体である」ことを社会に訴求する新たな発信手法として、選定した子ども自体を媒体・アイコンとして設定。当財団のコーポレートロゴをモチーフにデザインした専用マークを掲示したオリジナルウェア・グッズ（服・帽子・鞄等）を着用し、当該子どもが実践する活動やチャレンジに密着して、ドキュメンタリー映像等で社会に広く発信・PR していくことで、「子どもといえば日本財団」のブランド想起を図る取り組み（企業等が導入している「スポンサーシップ契約」と近しいもの）を、試行的に実施予定である。

具体的には、当財団の事業に関連（主に助成事業の裨益者等で、事業部から推薦）して選定した子どもを、“エンパワリングキッズまたはチャイルド=Empowering Kids, Children”（*仮称。以降、便宜的に「EMP キッズ」※1と呼ぶ）として当財団が任命。EMP キッズは障害や病気の有無、スポーツや学問等のカテゴリーに関わらず選定され、予め各々が設定した課題や挑戦に一定期間（8 カ月程度）取り組む。この一連の取り組みを映像コンテンツ等にまとめて社会に発信することで、同じ境遇の子どもやその周囲に力を与える象徴・存在にまで昇華させることを図る。なお、この「力を与える」という趣旨は、2026 年 3 月から 7 月頃まで放映予定の当財団テレビ CM や当財団公式ウェブサイトで発するメッセージと同様で、財団としても押し出したい理念である。

そこで本業務では、EMP キッズの存在を社会に周知し、一般の方からの注目・理解・共感を得るために、EMP キッズが奮闘する過程の動画・スチールでの撮影、放映や WEB 配信・発信、イベント開催等、EMP キッズの活動を背景やストーリーとともに効果的に社会に露出・PR する総合的な施策実施を求めたいものである。提案に際しては、本依頼書及びオリエンテーション（2026 年 1 月 7 日予定）で使用する補足資料を参照されたい。

※1：「EMP キッズ」の補足

(1) 財団との関係、役割・機能

- i. 当財団と覚書（スポンサーシップ契約に近しいもので、約束事や拠り所として合意したもの）を締結した上で、当財団からは EMP キッズの活動に必要となる資金を支弁（基本的には EMP キッズに直接お金を振込・お渡ししない）する。一方で EMP キッズは、活動や撮影時には、財団が提供するロゴマーク入りウェア／グッズ着用等を通じて、自らの活動と共に日本財団の存在を発信することに努める。
- ii. EMP キッズは当財団との取り決めで、活動や挑戦に必要となる活動支援提供を受ける代わりに、TV 番組、ドキュメンタリー動画、SNS 等の被写体になる。このため、氏名・肖像（顔を含む）・活動の様子が、テレビ放送、インターネット配信、各種広告・イベント等を通じて一般向けに公開されることに同意し、撮影・編集・発信に協力するものとする。
- iii. 選定方法とカテゴリー
選定方法は大きく 2 つを想定
カテゴリ①：財団内部選定 3～4 名
カテゴリ②：受託者選定 1 名

(2) 対象・選定基準

- i. 当財団の理念並びに今回の取り組みで訴求メッセージ「EMPOWERMENT（力を与える）」を体現する子どもを選定する。生まれ持った才能や環境、障害の有無等（自分でどうにもならないこと）を越えて、目標に挑戦し続けることの大切さを発信し、同じ境遇の人とその周囲に力を与え、変化を起こしうる可能性を想起させるロールモデル（ブランドアイコン）とする。
- ii. 年代は小中学生（10 歳～15 歳前後）。幅広い分野（スポーツ／アート／音楽／学問・研究／探求／ソーシャルアクション等）から想定する。

4. KPI

本業務における制作物や施策は、以下のような目標設定や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。

- (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（「子ども支援の活動」と関連が強いと思う団体：11.6% *2025 年 9 月）
- (2) 日本財団に対する認知、活動理解、好感度
(認知度：31.3%、活動理解：17%、好感度：30.4% *2025 年 9 月)
- (3) 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) 日本の子どもあるいは EMP キッズの属性に付随して（例：障害や難病等）取り巻く現状と課題や重要性及びその対策の必要性に対する認知、理解、共感
- (5) 動画再生数など、本業務において実施する各施策の数値指標
- (6) 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

5. ターゲット

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。

- (1) EMP キッズと同世代層（10 歳～15 歳前後）
- (2) (1)の親/祖父母世代（30～60 代男女）
- (3) 子ども関連課題・支援に关心を持つ層
- (4) 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、副業等に关心を持つ社会人など）

6. 業務委託期間

2026 年 2 月下旬（所定の手続き完了後）から 2026 年 12 月 31 日

7. 施策実施エリア

EMP キッズの活動に基づいたもの（特段設けず）

8. 業務内容

(1) EMP キッズ・カテゴリ②（1～2 名）の選出

受託者はカテゴリ②の候補を選定し、進行・管理・マネジメント※2をする。知名度・発信力を期待し、事務所所属やマネジメントを受けている子どもの選定を想定するが、これに限らない。なお、選定に際しての基準（当財団や今回企画との親和性等を考慮したもの）は、補足資料を参照されたい。

※2：カテゴリ①（財団側選定）については、当財団側で適宜、管理・マネジメントする

(2) EMP キッズのマネジメント及び活動に係る諸経費の支出・支払手配

以下等を想定している。

※イメージとして、個人の活動に密着しつつ、番組側で活動をサポートするバラエティ・ドキュメンタリー番組の撮影・制作の際に、テレビ局側で実施している業務（本人とは常時から相互に連絡がとれる関係性を築いておき、各所と調整の上、適宜撮影に同行する等）を想定されたい

i. 保護者および学校・競技団体等の関係機関との連絡調整、子どもの安全配慮等を担い、EMP キッズが活動しやすい環境を整備する。また、肖像権・著作権・個人情報・撮影許諾の取得・保管、並びに撤回・変更手続を管理する

ii. EMP キッズの活動に要する諸経費（旅費交通費、参加・出場費、物品等）の支出・支払手配＊実費精算

*基本的に出演料は支払わない。一方でカテゴリ②「受託者選定」EMP キッズが事務所に所属している場合には、所属事務所に出演料を支払う

iii. その他必要なもの。詳細については効果的な方法を検討中であることから、進行する中で実施体制や作業内容を協議（財団側で担った方が良いと考えられるものは財団側で実施する等）していくこととした。

(3) EMP キッズ発信素材の記録及び映像制作

i. スチール写真（プロフィール・活動模様）及び動画撮影（要所で適宜）

ii. 撮影ディレクション、撮影後の動画編集業務

iii. 成果物の納品（構成案、撮影したすべての素材データ、編集後の動画データ、制作過程にて購入した画像・動画素材）

(4) EMP キッズを中心とした広報・発信施策実施

前項(3)で撮影した素材を、チャレンジや挑戦過程を伝える上で社会に広く発信する。（当財団事業をメインに発信するわけではない）以下手法は例であり、予算内で複数を組み合わせ、最も広くリーチし、認知・共感・行動喚起を実現する効果的な発信方法を提案されたい。

- i. EMP キッズに密着した長・短尺の映像・ドキュメンタリー等制作。地上波（キー局、キッズ出身地方局等）や当財団オウンドメディア（新規 WEB 番組立ち上げ、新規チャンネル開設等）での配信、イベント出演等

※当財団が管理・運営するオウンドメディア（WEB、YouTube 等動画配信サイト、SNS 等）への投稿に際しては、著作権等取扱いや許諾条件を明確にし、適宜対処すること

- ii. 地上波・BS・ウェブで放映されている著名番組・チャンネル等との連携（例：スピンオフ番組を制作しての放映、番組関連イベントの共同開催等）

例：「緊急 SOS！池の水ぜんぶ抜く大作戦」と連携した海洋ごみ問題訴求番組「東京湾のごみぜんぶ拾う大作戦（スピンオフ番組として制作）

<https://prtentimes.jp/main/html/rd/p/000000292.000077920.html>

*備考：企画段階において、仮に番組側から連携施策について内諾されるも、予算面で折り合いがつかず提案に含むことが難しい場合には、参考情報として「番組名・連携内容（スピンオフ制作・制作陣関与・イベント連携等）、概算金額」を提案書に記載すること。

- iii. WEB プロモーション

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。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、配信見込み数、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。

(5) 集大成イベントの開催

EMP キッズが目標に掲げたチャレンジ・挑戦については最終的に、人目に触れる場所で実施することを検討（ギネス世界記録™へのトライ等も想定。開催時期は 2026 年 11 月 10 日「世界挑戦の日」前後を予定）しており、イベント開催を予定している。当日は一般来場者に対する体験ブースやステージ設置、装飾制作等を実施する。

※イベント詳細は現在検討中であり、方針決定後に受託者と詳細協議を行う。提案段階では案として、相応しい会場提示や類似イベント例等の紹介にとどめる程度で結構である

(6) キャンペーン用WEBページ制作・運用

EMP キッズのプロフィール、活動模様を撮影した映像・スチール素材による発信、インタビュー、イベント予定等を掲載し、本取り組みを可視化して一般の方にわかりやすく訴求し且つブランド醸成に寄与する内容とする。また、日本財団公式サイトとの連動も図る。

(7) その他追加施策

(1)～(4)の施策を活用・効果を最大化し、「子どもの挑戦を応援する文化」の社会的醸成を加速させつつ、「子どもといえば日本財団」のブランド認知向上に資するための追加の施策・広告提案をすること。例としては以下のとおり。

- i. EMP キッズに対する応援を可視化する仕掛け（広告や SNS での生声収集等）
- ii. EMP キッズの活動記録・動画編集における学校放送部や学生記者等との連携
- iii. その他、目的達成に資する施策

(8) 効果検証および戦略検討業務

- (1)～(5)の施策を実施したことによる広報効果、「4.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。
- i. 各エリア 1,000 名程度を対象とした WEB モニター調査を想定しているが、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
 - ii. 本年度の実施結果の整理に加え、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、説明すること。

(9) 進捗・進行管理業務

- i. 内容：当財団との定例ミーティング
- ii. 頻度：基本的には毎週 1 回、約 1 時間/回（オンライン、必要なら対面）
- iii. 内容：進捗共有、タスク確認、今後スケジュールその他必要な事項

※定例以外でも、業務繁忙期を中心に必要がある場合には都度設定する。

※提案時、上記（1）～（8）に関し、4月～11月をタイムラインにして進行スケジュールをまとめることなど、一連の流れがイメージしやすい工夫を歓迎する

9. 成果物

8.業務内容	内容	納品方法
(3)	<ul style="list-style-type: none">• スチール写真• 動画：ローデータ、編集後データ（完パケ、白完パケ）	詳細は協議
(6)	<ul style="list-style-type: none">• ウェブサイト一式	

10. 成果物に係る著作権等の扱い

- i. 著作権、著作隣接権、商標権、商品化権、意匠権及び所有権（以下「著作権等」という。）は、当財団に譲渡されるものとする。
- ii. 著作権等が受託者の従業員、再委託先又は再委託先従業員等に帰属する場合には、受託者は、これらの者の著作と同時に当該著作物の著作権を取得し、当該著作権を当財団に譲渡するものとする。
- iii. 受託者は、その著作者人格権を行使しないこととし、また、受託者の従業員、再委託先又は再委託先従業員等に帰属する著作者人格権等の権利で受託者が譲り受けることが不可能又は困難な権利に関しては、受託者の責任において当該権利者に当該権利を主張させないことを保証する。
- iv. 成果物の中に受託者が権利を有する著作物等（以下「既存著作物」という。）が含まれている場合、その著作権は受託者に留保されるが、可能な限り、当財団が第三者に二次利用することを許諾することを含めて、無償で既存著作物の利用を許諾する。
- v. 成果物の中に第三者の著作物が含まれている場合、その著作権は第三者に留保されるが、受託者は可能な限り、当財団が第三者に二次利用することを許諾することを含めて、第三者から利用許諾を取得する。

- vi. 成果物納品の際には、第三者が二次利用できる箇所とできない箇所の区別がつくように留意するものとする。
- vii. 納入される成果物に既存著作物等が含まれる場合には、受託者が当該既存著作物の使用に必要な費用の負担及び使用許諾契約等に係る一切の手続きを行うものとする。
- viii. 被写体=EMP キッズが事務所に所属する等し、タレントプロパティが存在している場合、使用期間・用途・地域・条件等は別途協議する。

11. 予算

- (1) 上記業務を合わせ、50,000,000 円（税込）を上限予算とする。
- (2) 項目 7 に掲示の各業務に対する予算の割合目安

(番号) 内容	金額もしくは備考
(1) EMP キッズ・カテゴリ②の選出 1~2 名	任意
(2) EMP キッズのマネジメント及び活動係る支払	90 万円（税抜）/人×5 名 = 450 万(税抜) ※カテゴリ②に係る出演料は上記に含まず
(3)EMP キッズ発信素材の記録及び映像制作	任意
(4)EMP キッズを中心とした広報・発信施策実施	業務の中心となるため厚めに充当ください *当然、接触・リーチ数が多いプランを評価するため、複数施策の実施を歓迎
(5)集大成イベントの開催	450 万（税抜）で仮充てしてください
(6)キャンペーンページの制作	任意
(7)その他追加施策	任意
(8)効果検証および戦略検討業務	任意
(9)進捗・進行管理業務	任意

*請求・支払いは2026年度。基本的には業務終了後一括払いであるが、前払いが必要であれば応相談

12. 提案

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。

- i. 類似業務（人物プロデュース・マネジメント、バラエティ番組・ドキュメンタリー制作）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。
- ii. 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。
- iii. 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。
 - イ) 当該法令に関する研修実施の有無・頻度
 - ロ) マニュアル・方針・規程等の存否
- iv. 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。

- v. 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。
- vi. 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。
- vii. 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。

13. 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（人物プロデュース・マネジメント、バラエティ・ドキュメンタリー制作）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) 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、速やかに当財団と協議する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たい。
- (3) 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、2026年1月7日にオンラインにてオリエンテーションの機会を設ける予定である。実施詳細が決まり次第、参加社に対して別途連絡するものとする。従来当財団が実施してきた広報手法とは大きく異なるものであることから、積極的な参加を検討されたい。
- (4) 当財団が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。
- (5) 本依頼書を総括し、主に以下の観点に重きを置いて提案を評価する。
 - i. EMP キッズや周辺関係者と程よい距離感で接し、信頼を築きながら当財団と業務進行できる管理力
 - ii. EMP キッズを複合的な方法で社会に露出・PR し、反響・話題環境・共感を起こせる企画・実行力
 - iii. 財団と密に連携し、意向を適宜汲み取り、企画変更にも柔軟に対応できる能力。実績（密着取材や出演者のマネジメント）あるスタッフを配置した体制

以上