遺贈寄付の広報を通じた公益事業への理解促進に係る施策の提案依頼

1. 件名

遺贈寄付を題材としたテレビ番組の制作・放映および連携企画を通じた公益事業の理解促進施策の実施

2. 目的

当財団では、子ども・障害者支援、災害対応、国際協力、海洋問題など多岐にわたる分野で、社会課題の解決に向けた公益事業を推進している。複雑化する社会課題の解決には当財団のみならず、より多くの方が公益活動への理解を深め、寄付やボランティア等の形で参画いただくことが不可欠である。

特に寄付施策においては、2016 年に「日本財団遺贈寄付サポートセンター」を開設し、人生の集大成としての新しい寄付の形である「遺贈寄付※1」の普及啓発や、寄付金を活用した事業成果の発信に取り組んできた。

一方で、当財団が 2025 年に実施した調査によると、60 歳以上の約 25%が遺贈寄付に関心を示しているものの、「手続きや相談先が分からない」「寄付金の使途や意思の反映に不安がある」といったハードルが依然として存在している。

そこで本業務では、当財団の遺贈寄付文化醸成事業を周知し公益事業への理解促進を最終的な目的として、こうした潜在的な不安や課題を解消し、遺贈寄付に対する社会的な理解と行動を通じて当財団遺贈寄付文化醸成事業への関与を一層促進するため、テレビ番組制作やメディア露出、都市部でのセミナー開催等を組み合わせた総合的な広報施策を展開するものである。

※１：「遺贈寄付」とは、遺言書により、遺産の一部またはすべてを相続人以外の特定の人や団体などに譲ることを指す。当財団が 2025 年に実施した調査では、60 歳以上の 4 人に 1 人が遺贈や寄付に関心があることが判明。

3. 業務期間

2027 年 1 月中旬（所定の手続き完了後）～2027 年 10 月 31 日

4. 業務内容

業務の前提事項：起用タレントの契約状況および活用方針について

参考情報として、当財団では現在、以下のとおりタレント 2 名と広告出演契約を締結しているが、

両氏以外のタレントの起用を妨げるものではない。

- **タレント出演契約の状況**

① 池波 志乃 氏

- 契約使用期間：2026 年 9 月 25 日 ～ 2027 年 3 月 31 日
- 使用目的・用途：「遺贈寄付」に係る広告・広報制作物全般（映像、スチール、催事等）

② 古舘 伊知郎 氏

- 契約使用期間：2026 年 4 月 1 日 ～ 2027 年 3 月 31 日
- 使用目的・用途：「遺贈寄付」に係る広告・広報制作物全般（映像、スチール、催事等）

- **本提案における起用・活用方針**

(1) テレビ番組（本編・短尺）の企画・取材・制作

- **本編映像：** 1 本（30 分／テレビ放送用・完パケ）
- **短尺映像：** 3 本（各種セミナー、WEB サイト、SNS 等での活用を想定した切り出し・再編集版）
- いずれの映像であっても、「日本財団による遺贈寄付」の意義・仕組み、実際の事例等を分かりやすく伝えるドキュメンタリー／情報番組として企画・制作すること。
- 制作した映像データ（完パケ・白完パケ・ローデータ含む）は、日本財団の公式サイト、公式 YouTube、SNS、主催/共催セミナー等で二次利用できるよう、権利処理を行うこと。

(2) 地上波（キー局及び地方局）および BS 放送枠の提案・確保・放映

- ターゲット層（60 代～80 代のシニア層、および 40 代～50 代の子世代／持ち家・金融資産保有層）について、在宅率や視聴率等を分析した上で、効果的な放送枠を提案し、放送枠の確保および放映を行うこと。
- キー局での放映に加え、キー局系列の地方局 20 局以上および系列 BS 局での放送枠を確保し、全国規模でのリーチが可能となる放映プランを提案・実施すること。
    - 地方局について、20 局以上の確保が困難な場合は、最低 15 局以上を確保した上で、その不足分を補完する代替案を併せて提案すること。
    - 代替案としては、ダイジェスト版の制作・放映や、情報番組等の番組内での放映などを想定するが、これに限らない。
- 本事業における「キー局」は関東キー局（在京局）に限定せず、コスト効率や波及効果を考慮し、在阪・在名の準キー局や、その他の基幹局を制作主体・放映の起点とする提案も広く歓迎する。
- 首都圏以外の放送局を制作主体とする場合は、東京支社のスタッフを窓口とするなど、当財団（東京）との円滑な制作打ち合わせおよび進行管理が可能となる体制を構築し、その具体的な体制を提案書に明記すること。

(3) テレビ番組連動「遺贈寄付セミナー」の企画・運営（3 回以上）

制作した番組の短尺映像やタレントを活用し、ターゲット層と直接エンゲージメントを図り、遺贈寄付の相談や遺言書作成などの具体的な行動へ繋げるセミナー・イベントを企画・運営すること。

受託者にあたっては、標準的な実施内容を踏まえつつ、参加者の獲得および相談・問い合わせへの移行率を最大化する柔軟かつ実効性の高い企画・調整・運営全般を提案すること。なお、これら以外の効果的な手段・手法の提案も歓迎する。

- **開催回数：** 3 回以上
- **開催場所：** 東京、名古屋、大阪、福岡、仙台、札幌等の 6 都市を候補地に盛り込み選定すること。その他同等規模の都市での開催についても提案可とする。 （シニア層がアクセスしやすく、プライバシーが確保できる会場を選定）
- 想定収容人数や規模感の目安は別添のセミナーマニュアルを参照
- **標準的な実施内容（参考値）：** 番組短尺映像の上映、専門家（司法書士・税理士・財団担当者等）による解説、池波志乃氏からのビデオメッセージ上映（または登壇調整）、個別相談ブース設置、会場手配・集客プロモーション・当日の運営統括一式
- **評価において期待・歓迎する提案要素の例：**
    - 参加枠・集客効率の最大化案
    - 参加者限定特典（遺贈寄付ガイドブック、エンディングノート、メモリアルフォト撮影等）をフックとした参加動機形成と相談移行率アップ策
    - 地元の士業（司法書士会・税理士会等）や新聞社・メディア、地域金融機関等との共催・連携による集客力および社会的信用度の強化案
    - セミナー参加から個別遺贈相談・遺言書作成支援へのシームレスなフォローアップ動線設計
    - 参加者がセミナー視聴にとどまらず、「日本財団遺贈寄付サポートセンター」等への具体的な相談・遺言作成支援へ進展する動線・演出・誘導設計を行うこと。
    - 個別相談ブースの配置、相談時のプライバシー確保、接客動線について現場経験を踏まえた適切な設計を行うこと。

(4) その他の遺贈寄付広報施策の展開

上記セミナー（3 回以上）の他、タレントを起用する場合には、そのタレントの露出機会や制作物等を複合的に活用し、日本財団の遺贈寄付の認知向上および普及促進につながる広報施策を提案・実施すること。

施策例：

1. 全国紙・地方紙・シニア向け雑誌等でのタイアップ記事・グラフィック広告展開
2. 士業事務所・金融機関　窓口向けの広報ポスター・リーフレット展開
3. 士業・金融機関・終活団体向け 遺贈寄付セミナー（ステークホルダー連携）
4. 既存テレビ・ラジオ番組内における「遺贈寄付広報コーナー」の企画・放送

(5) 進捗・進行管理業務

- 内容:当財団との定例ミーティング
- 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)
- 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、1 月～10 月をタイムラインにして進行スケジュールをまとめるなど、一連の流れがイメージしやすい工夫を歓迎する

(6) 効果検証および報告書作成

- 施策実施前後の認知度・理解度・関心度の変化を測定するセミナー参加者アンケート、問い合わせ数及び資料請求数の定量的効果検証を実施すること。
- 実施結果および KPI 達成状況をまとめた報告書（PowerPoint または Word）を作成し、財団担当者へプレゼンテーションを行うこと。

5.KPI（目標指標および設定値）

本業務における各種施策（番組放映、セミナー開催、連携広報等）を通じて、以下の定量的目標（KPI）の達成を目指すこと。受託者にあたっては、各指標の達成に向けた具体的な施策・集客・導線設計案を提案書に盛り込むこと。なお、KPI について下記の設定以外の提案を妨げるものではない。

1. 番組到達指標

   テレビ番組放映（キー局・BS・地方局 20 局以上（もしくは代替案））想定到達世帯数： 累計 10 万世帯以上を一つの目安とするが、本予算および指定枠内で最大化できる現実的な数値を提案書に記載すること。

2. テレビ番組連動「遺贈寄付セミナー」の企画・運営

   参加者数： 150 名以上（3 回の総計）

   個別相談ブース・個別相談会（日本財団遺贈寄付サポートセンター主催）への参加・移行者数：10%以上

   ※参加者と共に相談者の獲得率も重視するため、セミナー・イベントへの参加から、遺贈寄付の相談へと進展させるためのコンテンツ・ターゲティング等の工夫を全体として明示すること。

6. 成果物

区分	納品物・詳細	納品方法
番組映像データ一式	本編 30 分（完パケ、白完パケ）、短尺 3 本、ローデータ	詳細は協議

区分	納品物・詳細	納品方法
放映実績報告書	キー局・BS・地方局における放映日時、視聴率、推定到達世帯数等のデータ	
印刷物・WEB 成果物	制作したパンフレット／特設 WEB ページ（デザインデータ等）	
セミナー実施報告書	各回（3 回以上）の動員数、参加者属性、アンケート集計結果、個別相談移行数、参加者の個人情報	
効果検証・実施報告書	施策前後の調査分析、KPI 達成状況をまとめた報告書	

7. 成果物に係る著作権等の扱い

1. 本業務の遂行により作成される成果物に関する著作権（著作権法第 27 条及び第 28 条に定める権利を含む。）、著作隣接権、特許権、実用新案権、意匠権、商標権、これらの権利を受ける権利、その他一切の知的財産権（以下「知的財産権等」という。）は、本業務の委託料に含まれるものとし、成果物の納品と同時に当財団に無償で譲渡（移転）されるものとする。
2. 知的財産権等が受託者の役員、従業員、再委託先又は再委託先の役員・従業員等に帰属する場合には、受託者は、これらの者から当該知的財産権等を取得した上で、当財団に譲渡するものとする。
3. 受託者は、当財団及び当財団が指定する第三者に対し、著作者人格権及び実演家人格権を行使しないものとする。また、受託者は、受託者の役員、従業員、再委託先、実演家その他の権利者をして、当財団及び当財団が指定する第三者に対して著作者人格権及び実演家人格権を行使させないものとする。
4. 成果物に受託者が従前から権利を保有している著作物等（以下「既存著作物」という。）が含まれる場合、その権利は受託者に留保される。ただし、受託者は当財団に対し、本業務の目的の範囲内（当財団の公式サイト、公式 YouTube、SNS、セミナー等での上映・配布、広報活動、並び

に第三者への二次利用許諾を含む。）において、既存著作物を無償、非独占的、地域及び期間の制限なく自由に利用（複製、改変、翻案、公衆送信等）することを許諾するものとする。

5. 成果物に第三者が権利を有する著作物、実演、肖像等（BGM、映像素材、フォント、写真、出演者・一般人の肖像等を含む。以下「第三者権利物」という。）が含まれる場合、受託者は、自己の責任と費用負担において、前項に定める当財団の利用目的を達成するために必要な一切の権利処理（第三者への二次利用許諾を含む利用許諾の取得）を完了させるものとする。やむを得ない事由により当該許諾が得られない第三者権利物を使用する場合は、事前に当財団の書面による承諾を得なければならない。
6. 受託者は、成果物の納品時に、第三者の知的財産権、肖像権等の権利処理状況（利用可能範囲、期間、条件等）を明記した「権利処理一覧表」を当財団に提出するものとする。
7. 受託者は、成果物が第三者の著作権、特許権、商標権、名誉、プライバシー権、肖像権その他一切の権利を侵害しないことを保証する。成果物に関し第三者から権利侵害等の申立て、異議、損害賠償請求等（以下「紛争等」という。）がなされた場合、受託者は自己の責任と費用負担において当該紛争等を解決し、当財団に一切の損害、損失及び費用（弁護士費用を含む。）を被らせないものとする。

8. 予算

- 上記 業務を合わせ、77,000,000 円(税込)を上限予算とする。
  ※各施策について、2026 年 3 月 31 日までに実施完了するものについては 2026 年度、業務の一部が 2027 年度にずれ込む場合は、2027 年度の支払いとする。支払いは原則として各業務の終了後に一括で行うものとする。ただし、前払いが必要な場合は応相談とする。
  ※番組制作費、放送枠購入費（キー局・BS・地方局）、二次利用権利処理費、都市部セミナー運営費（3 回以上）、広告運用費、効果検証費等の全工程を含む。

なお、タレント(池波志乃氏、あるいは古舘伊知郎氏等を含む)のキャスティングおよび出演料については、4. 業務内容に記載されている契約使用期間によらず、本委託予算（7,700 万円）内に計上する。

9. 実施体制

責任者

- 受託者は管理・運営業務の全体を統括する責任者を 1 名選任し、業務に当たらせること。
- 本業務と内容が近しい著名人を起用した TV 番組制作・放映およびプロモーション業務に責任者として複数回携わったことのある者から選任すること。

担当者

- 受託者は、財団担当者との日常的な連絡窓口となる実務担当者を配置し、密な連絡体制を構築すること。

10. 提案内容

提案にあたっては、以下の項目および注意事項を踏まえた上で作成すること。本企画競争においては、「終活と遺贈寄付」「日本財団による遺贈寄付」というテーマの重要性を深く理解し、池波志乃氏および番組映像・各種メディアを最大限に活かした波及効果の高い提案ができる事業者であるかを評価する。

- **事業者：** 本事業を安定的に遂行できる経営体力が備わっていることを客観的に示すデータ（決算データ、直近 5 年間の類似業務受注実績等）を提示すること。
- **実施体制・バックアップ体制：** 本事業を円滑に遂行するための責任体制（担当者名・略歴・資格）および、権利処理・トラブル時のバックアップ体制を提示すること。
- **具体的な提案内容：**
  - **ターゲット分析と放送枠提案：** 年齢層・家族形態・年収等のターゲット属性を踏まえた民放キー局・BS・地方局の具体的放送枠案およびその選定理由を明確に示すこと。
  - **具体的な広報・セミナー施策提案：**
    - 都市部（東京、名古屋、大阪、福岡等）で開催する「遺贈寄付セミナー（3 回以上）」の企画案（会場案・プログラム案・集客計画等）
    - 遺贈寄付広報施策（上記セミナー含む計 3 点以上）の具体的展開案
  - **KPI（目標値）の設定：** 想定到達世帯数、動画再生数、認知・理解度の向上率、セミナー動員数・個別相談移行数、資料請求・問い合わせ件数などの定量目標を提示すること。
- **業務スケジュール：** 映像制作、放映、都市部セミナー（3 回以上）、広報展開、効果検証にいたるまで実現可能な全体スケジュールを提案すること。
- **法令遵守・権利管理：** 本事業に関連する法令（著作権法、個人情報保護法、景品表示法等）の遵守体制、研修実施状況、二次利用権利処理の方針を提示すること。
- **価格提案：** 本事業を効率的に遂行するため、コストダウンにつながる工夫を検討し提案すること。なお、提案金額については価格の多寡だけでなく、提案内容との妥当性に基づき評価する。

11. 評価のポイント（選定基準）

委託先の選定にあたっては、提出された提案書およびプレゼンテーション内容に基づき、以下の評価項目を総合的に審査・評価する。

- **事業理解・企画力：**
  - 「終活」および「遺贈寄付」の社会的意義や当財団の目的・意図を十分に理解しているか。

- ターゲット層（シニア層および子世代）に響くメッセージ性や共感性の高い番組構成・企画提案となっているか。

- **メディア展開・放映計画の実現性：**
  - ターゲット層の視聴特性を踏まえた効果的な放送枠（キー局・BS・地方局 20 局以上等（もしくは代替案））の確保・放映プランが提示されているか。
  - 予算内での到達世帯数・波及効果を最大化する現実的かつ実効性の高い展開案となっているか。
- **セミナー・連動広報施策の展開力：**
  - 番組連動セミナー（3 回以上）において、参加意欲を高め、個別相談へシームレスに誘導する導線や演出が工夫されているか。
- **実施体制・業務遂行能力：**
  - 類似業務の実績・ノウハウを持ち、本事業を安定して遂行できる経験豊富な体制・責任者が配置されているか。
  - 権利処理、個人情報管理、法令遵守体制、緊急時のリスク管理が適切に構築されているか。
- **経済性・費用対効果：**
  - 提案内容に対して見積金額・内訳が妥当であり、コストパフォーマンスに優れているか。

12. 参考資料

日本財団公式サイト 遺贈寄付ページ：https://www.nippon-foundation.or.jp/donation/legacy_gift

日本財団遺贈寄付サポートセンター：https://izo-kifu.jp/