

# 意見招請実施要領

件名：2023-2025 年度 若年層向け広報に関する企画・実施業務

2022 年 12 月 19 日  
独立行政法人国際協力機構  
調達・派遣業務部

独立行政法人国際協力機構では、「2023-2025 年度 若年層向け広報に関する企画・実施業務」に係る業務について、随意契約の企画競争により、業務委託先を選定する予定です。

つきましては、現在検討を行っている添付の業務仕様書（案）等を公表し、同案に対する意見を募集することとしましたので、下記要領により業務仕様書（案）等に対するご意見をお寄せください。

1 意見提出先

独立行政法人国際協力機構 調達・派遣業務部契約第三課  
電子メールアドレス e\_sanka@jica.go.jp

2 意見提出期限

2022 年 12 月 28 日（水）正午（必着のこと）

3 意見提出方法

「意見提出フォーマット」※に記入のうえ、上記 2 の提出期限までに、上記 1 の電子メールアドレス宛に、電子データ（エクセル形式）でのご提出をお願いいたします。

メールタイトル：「意見提出（社名）：2023-2025 年度 若年層向け広報に関する企画・実施業務」

※「意見提出フォーマット」の用紙については、当機構ホームページ

[http://www.jica.go.jp/announce/manual/form/domestic/op\\_tend\\_evaluation.html](http://www.jica.go.jp/announce/manual/form/domestic/op_tend_evaluation.html)

に掲載された様式のうち、「質問書」（エクセル形式）を適宜修正して作成願います。

4 ご意見への回答時期

期限までにご提出いただきました意見の回答を、2023 年 1 月 11 日（水）を目途に、次のとおり閲覧に供します。

国際協力機構ホームページ (<http://www.jica.go.jp>)

→「調達情報」

→「公告・公示情報（選定結果）」

→「国内向け物品・役務等 公告（2022 年度）」

（ <https://www.jica.go.jp/chotatsu/buppin/koji2022.html> ）

以 上

別紙 1：業務仕様書（案）

別紙 2：見積書作成及び支払について（案）

## 業務仕様書（案）

この業務仕様書（案）は、独立行政法人国際協力機構（以下、発注者または JICA とする）が実施する「2023-2025 年度 若年層向け広報に関する企画・実施業務」に関する業務の内容を示すものです。本件受注者は、この業務仕様書に基づき本件業務を実施します。

### 1. 業務の背景

- (1) JICA は、日本の政府開発援助（ODA）実施機関として開発途上国に対する協力、日本及び国際社会の健全な発展に寄与することを目的として活動している。こうした JICA の役割や開発援助の具体的成果等を一般国民に対してわかりやすく公表することは、説明責任・透明性確保の観点から JICA の責務である。
- (2) このような認識のもと、JICA 広報部は、日本国内の一般市民について、以下ア～ウのように分類、ターゲット設定し、企画内容や媒体を差別化しながら、JICA の活動ならびに開発途上国に関する情報発信を継続している。
  - ア オピニオンリーダー（年代は問わない）
  - イ 若年層（大学生相当年齢から 20 代）
  - ウ 小学校中高学年～高校生の「開発教育層」
- (3) このうち、イについては、政府が実施した各種調査によると、現状では全般的に国際情勢や ODA、JICA に関する認知度は低いものの<sup>1</sup>、今後の社会を担う層であることから、ODA や JICA に関する認知を高め、これに対する理解深化および支持拡大を図る必要がある。

### 2. 業務の目的

- (1) 上記 1.(2)イにある若年層をメインターゲットとし、JICA の多岐にわたる活動や開発途上国に関する情報をわかりやすく、かつ複数のメディアや SNS などを用いて複層的に広報を企画・実施し、JICA ならびに開発途上国に対する認知度、関心、理解を好意的な形で向上させる。
- (2) 広報戦略と重点テーマに関する JICA のこれまでの活動や経緯、JICA 全体の動きに関する情報収集・取材を常時継続し、各種の広報施策の効果分析なども踏まえ、JICA の広報に関して的確な助言を行い、JICA の広報活動効果を向上させる。

### 3. 業務の概要

- (1) 広報企画の立案と実施
- (2) イベントの企画・運営（3）JICA の広報に関する各種分析及び助言

---

<sup>1</sup>（内閣府調査）<https://survey.gov-online.go.jp/r03/r03-gaiko/2-2.html>、  
（外務省調査）<https://www.mofa.go.jp/mofaj/gaiko/oda/files/100067470.pdf>

#### 4. 実施期間

2023 年 6 月上旬～2026 年 3 月下旬まで（34 ヶ月）

#### 5. 業務内容

各業務の主な内容は以下の通り。

##### (1) 共通事項

###### ア 中心とするターゲット層

- 大学生相当年齢から 20 代で、国際協力に多少なりと関心を持つ層を中心とする。
- 企画内容により 30 代を含むことは排除しないが、高校生相当年齢以下は原則として対象としない。また、国際協力に関心を有さない層については、効率性の観点から、上記を対象に行う広報活動と比して、より高い効果が説明可能である場合に限り、排除しない。

###### イ 広報活動を通して伝えたいメッセージ

上記アで対象とする層に対し、以下の点を含む、開発途上国の課題や開発協力の意義に関する理解の深化や共感の獲得を目指す。

- 開発途上地域を含む国際社会における課題は日本に住む我々に密接に関係する重要な課題である。
- 日本が今後発展していくために、国際社会との協力、日本への理解・信頼の促進、日本社会の国際化は必要である。
- 日本が国際社会との協力、日本への理解・信頼の促進、日本社会の国際化を進める上で、JICA は必要な信頼できる機関である。

##### (2) 広報企画の立案と実施

ア 上記(1)アのターゲット層に対し、同イに記載した点を含む、開発協力及び開発途上国の課題に関する理解の深化や共感の獲得に向け、契約期間中 3－9 件程度の広報企画を立案、実施する。この際、対象者が「自分事」として、また、具体的に理解しやすいよう、例えば以下のようなポイントを踏まえた広報を企画する。

(ア) 国際情勢を踏まえたホットイシューとこれに対する ODA/JICA 事業（JICA が設定する重点発信テーマがある場合は、追って共有する<sup>2)</sup>）

(イ) JICA 事業と親和性が高い国際会議・記念日（以下の例示に限定しない）

国際会議：2023 年国連水会議（UN Water Conference）、2023 年 G7 広島サミット、2025 年大阪万博、2025 年 TICAD9（日本）等

<sup>2)</sup> 2022 年度は、①難民等に対する人道支援や国際秩序の維持への貢献、②途上国の新型コロナウイルスの収束と創造的復興への貢献、③気候変動・地球環境への対応、④質の高いインフラ・経済安全保障、⑤（日本国内における）多様性・多文化共生、⑥DX・新規事業パートナー連携、⑦アフリカ・TICAD、⑧南アジアを中心に広報を実施。

記念日：世界環境デー、世界難民の日、防災の日、国際協力の日、世界食料デー、世界手洗いの日、国際ガールズデー、国際障害者デー、国交樹立を含む各種周年等

※特に、2025年に予定されている大阪万博については、その開催機運を盛り上げるべく、連動を意識したイベントが行われことが望ましい（現時点では本契約内での大阪万博における催事そのものへの出展は想定しない）。

イ 企画に際しては、ターゲット層に訴求力のある媒体・発信方法の選定、著名人及び有識者の活用を検討すること。広範かつ効果的な情報発信を実現するために、既に多くのユーザーや視聴者を抱え、ターゲット層の関心の高い既存媒体（ウェブ、SNS、漫画、ラジオ等）複合的に活用すること。なお、広報企画・素材作成にあつたっては多様性を考慮し、ジェンダーバランスなどを配慮すること。

ウ それぞれの広報企画について、実施 2 か月前までを原則として、実施計画及び作業工程表を策定し、発注者と協議する。実施計画には期間や内容等の概要に加えて、以下の項目を記載すること。

(ア) 期待される効果・狙い：上記 1.(3)や 5.(1)も踏まえ、具体的かつ実現可能な目標を定性的・定量的に設定するとともに、リーチ数やアンケート調査による態度・意識変容の効果測定等、効果や狙いの達成状況にかかる測定方法を記載すること。

(イ) 活用する媒体や著名人・有識者：活用の目的、頻度、手法に加え、その有効性が判断できるよう、媒体の発行部数、閲覧者数、読者数、視聴率等の情報ならびにターゲット層との親和性についても記載すること。

エ 計画が承認された後、計画に沿って実施する。

オ それぞれの広報企画については、JICA 広報部との事前合意の下、必要に応じて国内、海外問わず対面またはオンラインにて企画制作に係る取材・撮影を行う。

カ それぞれの企画に関し、JICA ウェブサイトや JICA が運営する SNS アカウント（Facebook・Twitter・YouTube・LinkedIn）や外部メディアとも積極的に連携させ、広範かつ戦略的に展開を図ること。また、費用対効果を吟味したうえで、有料広告の検討も含め、戦略的に誘導広報策を講じること。

### (3) イベントの企画・運営

ア 契約期間中に計 6～8 回程度、上記(1)アのターゲット層に対し、同イに記載した点を含む、開発協力及び開発途上国の課題に関する理解の深化や共感の獲得に向けたイベントを企画・運営する（原則として、年 1 回のグローバルフェスタ JAPAN<sup>3</sup>への参加、を含む）。これらは発注者の主催イベントである必要はなく、ターゲット層の参加が期待できる既存のイベント等におけるブース展開およびステージプログラムへの参画を含めるものとする。

<sup>3</sup> 「国際協力の日（10/6）」前後の週末 2 日間に開催される国内最大規模の国際協カイベント。外務省、JICA、JANIC の三者による共催。例年 JICA 広報部は、ブース出展ならびに、著名人等が登壇するメインステージのプログラムを実施。2021、2022 年度は新型コロナウイルス感染状況により、オンラインとオフラインのハイブリッド型での

- イ イベントの参加者は、上記(1)アを中心に想定するが、それ以外の参加者の参加を排除しない。
- ウ 各々のイベントについて、実施 2 か月前までを原則として、実施計画及び作業工程表を策定し、主な対象、イベント内容、出演者（著名人の活用含む）等を JICA 広報部と協議する。実施計画には、時期や内容、実施形態等の概要に加えて、以下の項目を記載すること。
- (ア) 期待される効果や狙い：上記 1.(3)や 5.(1)も踏まえ、具体的かつ実現可能な目標を定性的・定量的に設定するとともに、リーチ数やアンケート調査による態度・意識変容の効果測定等、効果や狙いの達成状況にかかる測定方法を記載すること。
- (イ) 活用する媒体や著名人・有識者：活用の目的、手法に加え、活用の有効性が判断できるよう、ターゲット層との親和性についても記載すること。
- (ウ) 広報企画・出演者選定などにあたっては多様性を考慮し、ジェンダーバランスなどを配慮すること。
- エ 計画が承認された後、計画に沿って実施する。
- オ イベント実施に際しては、メディアや各種広告への効果的な露出も含め、効果的な集客を目指すこと。特に、ターゲット層の嗜好を踏まえた SNS との連動を始め、ウェブメディアの活用など複層的な広報展開を図るものとする。
- カ イベントの実施形態は、新型コロナウイルスの感染状況も踏まえつつ、発注者と協議の上で、①現地開催、②オンライン開催、③現地・オンラインを組み合わせたハイブリッド型、のうち、適切な形式を取る。現地開催の場合、主として首都圏での実施を想定しているが、それ以外の地域での開催も可能とする。
- キ 会場は、ショッピングセンターやデパート、アミューズメント施設なども含め、対象層の集客や世間一般の興味・関心の観点から選定するものとする。受注者は、会場に含まれる基本的な機材を確認の上、イベント運営に必要な機材・備品リストを作成し、発注者へ提出・手配する。発注者の承認後、機材は受注者が会場へ搬入する。
- ク イベントの準備・実施に際しては、JICA に加えて、イベント主催者や会場との必要な連絡・調整・報告を行い、円滑、効果的、効率的な実施に努めること。
- ケ イベントの計画、実施につき、各イベント全体のタイムスケジュール、進行台本、および当日に使用、配布するデータ資料（アンケートを含む）等を作成し、イベント参加人数に応じ必要部数を印刷して用意する。オンラインでの開催時にもアンケートを作成し、実施すること。
- コ イベントやキャンペーン等に用いるパネルなどの展示物や、来場者・参加者へ配布するグッズ等のツール制作、またオンラインイベントにおいては視聴者が参加型で楽しめるような動画等のコンテンツ制作、アンケートへの協力を促すグッズ等の制作について、提案・制作・管理を行う。JICA 広報部が所有する既存のツール活用も含め、効果的な展開を図ること。
- サ 受注者は、事前のイベント参加申込対応、当日の運営管理や記録（写真や動画の撮影含む）、

---

実施。

および各種支払対応等（出演者への謝金・源泉徴収の処理、交通費、会場費、機材費等）のイベント進行管理業務を担う。

(4) JICA の広報に関する各種分析及び助言

- ア 受注者は、(1)および(2)にて提案、実施した広報企画、イベントとは別に、JICA 広報部の指示、各種要望に応じた分析及び助言を行いながら、効果的な広報施策を提案する。
- イ JICA の他部署における広報との相乗効果、デマケーションについて企画提案があれば提示する（特にターゲット層に近い青年海外協力隊事業関連の広報と人事関連のデマケーション）。
- ウ なお、提案内容のうち JICA 広報部と合意したものについては、本契約内で実施することも検討する。

6. 業務提出物・成果品一覧

受注者は、以下の業務提出物・成果品を提出すること。提出に当たっては、先ずドラフトを発注者に提示し、発注者のコメントを反映した上で最終版を作成・提出するものとする。内容詳細については必要に応じて発注者が別途指定する。

【業務提出物・成果品一覧】

<1 年次>

	提出書類	提出期限
(1)	全体業務実施計画書	契約締結後、2 週間以内 (電子データ提出)
(2)	業務実施年間計画書	契約締結から 1 ヶ月以内 (電子データ提出)
(3)	業務実施報告書 (実施施策の広報効果分析含む)	各施策実施日から 2 週間以内 (電子データ提出)
(4)	各種制作コンテンツ	随時 (電子データ DVD 等提出)
(5)	業務従事記録	2024 年 3 月下旬 (電子データ及び簡易製本にて 2 部提出)
(6)	総括報告書 (1 年次)	2024 年 3 月下旬 (電子データ及び簡易製本にて 2 部提出)

<2 年次>

	提出書類	提出期限
(7)	業務実施年間計画書	2024 年 4 月中旬 (電子データ提出)
(8)	業務実施報告書 (実施施策の広報効果分析含む)	各施策実施日から 2 週間以内 (電子データ提出)
(9)	各種制作コンテンツ	随時 (電子データ DVD 等提出)
(10)	業務従事記録	2025 年 3 月下旬 (電子データ及び簡易製本にて 2 部提出)
(11)	総括報告書 (2 年次)	2025 年 3 月下旬

	(電子データ及び簡易製本にて2部提出)
--	---------------------

<3年次>

	提出書類	提出期限
(7)	業務実施年間計画書	2024年4月中旬 (電子データ提出)
(8)	業務実施報告書 (実施施策の広報効果分析含む)	各施策実施日から2週間以内 (電子データ提出)
(9)	各種制作コンテンツ	随時(電子データ DVD 等提出)
(10)	業務従事記録	2026年3月下旬 (電子データ及び簡易製本にて2部提出)
(11)	総括報告書(2年次)	2026年3月下旬 (電子データ及び簡易製本にて2部提出)

7. 業務実施上の条件、留意事項

- (1) 独立行政法人等の保有する個人情報の保護に関する法律(平成15年法59号)の第2条3項で定義される保有個人情報の管理を遵守する。
- (2) 次期 JICA 広報に関する企画運営委託事業者への業務引き継ぎ本契約終了後に本契約業務を次期委託事業者を引き継ぐことを想定し、契約期間内に業務の実施内容、課題等について JICA 及び次期企画運営業者に向けて十分な引き継ぎを行うための資料を作成すること。また必要に応じて打ち合わせ等に出席し適切な引き継ぎの準備を支援すること。なお、引継ぎは契約期間内に行うことを想定している。
- (3) 精算金額の確定及び支払い条件は、原則として年度毎の一括後払いとする。精算金額の確定については、受注者は成果品および業務実施報告書及び経費精算報告書を提出し、発注者の検査を受けること。受注者は発注者からの成果品検査合格通知及び精算確定金額通知を受領後、速やかに請求書を発行し、発注者に提出すること。直接経費については、実費精算とするため、経費精算報告書の提出と共に証憑書類を提出すること
- (4) 取材にかかるロジ手配  
国内での取材・撮影にあたっては、アポイントメントの取付、調整、ロジ手配、執筆依頼等は原則として受注者が行う。発注者は連絡先情報の提供等で支援する。  
JICA の活動紹介を目的とした海外撮影・取材にかかる渡航先での撮影アポイントやスケジュールに関する調整は、原則として発注者の主導にて行うものの、渡航に関して必要な書類取付(査証等)、渡航手続き(旅券・査証取得、航空券の予約)および国内における手配一式は受注者が行う。ただし、査証の取得に関する情報提供と、必要に応じたレターの発信を JICA が行うことは可能。
- (5) 写真・動画撮影時の留意点  
本契約内で写真・動画を撮影する際は広報部が定める「広報媒体掲載肖像権ガイドライン」を順守すること。ガイドラインは契約締結後に発注者より提示する。



- (6) 本業務にて制作した映像データ、写真、パネル、印刷物等については、JICA の了承なく複製、加工及び、他メディアでの放映や転載等の二次利用をしないこと。
- (7) ウェブ媒体や SNS 等と連携した企画は、書き換えやハッキング等のセキュリティ対策は受注者の責にて実施すること。
- (8) 活用することとなった媒体が契約期間中に休刊・閉鎖等となった場合は、両者で対応を協議し、その後の対応につき合意することとする。
- (9) 制作したコンテンツは、広報展開終了後、発注者が独自に活用する可能性があることから、二次利用できることとするが望ましく、企画提案時にもその条件等を確認しておくこと。
- (10) 著名人・有識者等を起用する場合、スケジュール確保の観点から前広に検討し、発注者の承認後、候補者への連絡、調整作業を行い、結果を速やかに発注者に報告すること。(出演者の提案・確保・アレンジメントは原則的に受注者が行う)
- (11) その他 (JICA 広報部及び関連部署) の広報事業と企画内容の重複がないようにし、かつ相乗効果が図れる企画とすること。なお、JICA の他の広報事業については、契約締結後に発注者より受注者に情報提供を行う。

以上

## 見積書作成及び支払について

### 1. 見積書の作成について

経費の見積もりに当たっては、「別紙1 業務仕様書（案）」に規定されている業務の内容を十分理解したうえで、必要な経費を積算してください。見積書作成の上での留意点は以下のとおりです。

- (1) 可能な範囲で詳細な内訳をつけて見積書を作成してください。当該業務の実施において想定される経費の費目構成は、以下のとおりです。見積書の様式は任意としますが、これらの費目を網羅するようにしてください。なお、必要に応じ、項目の統合、削除、追加することも可能です。この場合、プロポーザルにもその旨記載ください。

#### 1) 業務の対価（報酬）

業務従事者ごとに日額単価を設定し、想定する人日を乗じ算出ください。

#### 2) <想定される経費の費目構成>

当該業務の実施において想定される経費の費目構成は、以下のとおりです。見積書の様式は本件指定様式を使用し、これらの費目を網羅しつつ、可能な範囲で詳細な内訳をつけて作成するようにしてください。なお、必要に応じ、項目の統合、削除、追加することも可能です。この場合、プロポーザルにもその旨記載ください。

#### 【内訳】

##### ア 広報企画の立案と実施

- (ア) 企画立案・運営
- (イ) 企画・構成費
- (ウ) 広報・PR費（活用メディアのタイアップ費）
- (エ) カメラマン費
- (オ) ディレクター費
- (カ) 取材・ライティング費
- (キ) 編集・制作費

※以下は直接経費

- (ク) スタジオ等使用料
- (ケ) 著名人等出演費
- (コ) 著名人等交通費
- (サ) 取材出張旅費
- (シ) 機材借用費／必要備品購入費

#### イ イベントの企画・運営

- (ア) 企画・構成費
- (イ) 広報・PR費（活用メディアのタイアップ費）
- (ウ) 取材・ライティング費
- (エ) 各種資料（運営マニュアル等）作成費
- (オ) ディレクター費
- (カ) スタッフ人件費

※以下は直接経費

- (キ) 著名人等出演費
- (ク) 著名人等交通費
- (ケ) MC出演費
- (コ) 会場費、イベント出展料
- (サ) 機材借用費／必要備品購入費
- (シ) イベントツール（パネル等各種展示物）作成費

直接経費について、見積書作成時点でその適切な見積もりが困難であることから、定額計上とし、支払時に証拠書類に基づき精算を行います。

定額計上額：●●●円（税抜）

（定額計上額は意見招請の結果を踏まえて作成します。）

#### 3) 一般管理費

当該業務委託を行う為に必要な経費であり、業務に要した経費としての抽出、特定が困難な経費について、一定割合の支払いを「一般管理費」として計上することを認めます。

(2) 消費税を計上してください。

(3) 契約交渉順位一位となった応募者については、上記（1）で作成いただいた見

積書及び内訳書に基づき契約交渉を行い、各業務に係る経費の契約金額および精算対象とする経費を決定します。契約交渉の際には、経費の妥当性を確認するため、より詳細な内訳や見積書の各金額の根拠資料も提出いただきます。

- (4) 契約交渉が成立した場合、上記契約交渉を踏まえた最終見積書を提出いただきます。最終見積書の形式については契約交渉時に決定します。

## 2. 支払について

- (1) 支払いは、年度毎の後払いとします。
- (2) 受注者には、各年度の業務完了後、発注者に対し業務完了届および経費精算報告書を提出いただきます。業務の完了や成果物等の検査に合格し、精算金額の確定を受けた後、発注者は受注者からの請求に基づき、支払います。詳細は添付の契約書（案）を参照ください。

## 3. 見積上限額

予算上限は以下の通りですので、上限内で見積りを作成ください。

●●●円（税込）

（予算上限は意見招請の結果を踏まえて作成します。）

## 4. その他留意事項

- (1) 精算手続きに必要な「証拠書類」とは、「その取引の正当性を立証するに足りる書類」を示し、領収書又はそれに代わるものです。証拠書類には、①日付、②宛名（支払者）、③領収書発行者（支払先）、④受領印又は受領者サイン、⑤支出内容が明記されていなければなりません。
- (2) 受注者の責によらない止むを得ない理由で、業務量を増加する場合には、機構と協議の上、両者が妥当と判断する場合に、契約変更を行うことができます。受注者は、このような事態が起きた時点で速やかに担当事業部と相談して下さい。

以上