

業務名称：オピニオンリーダー向け広報企画・実施業務（2021-2023年度）

(公示日：2021年8月17日/調達管理番号：21a00574) について、企画競争説明書に関する質問と回答は以下のとおりです。

独立行政法人国際協力機構
調達・派遣業務部長(契約担当)

通番	該当頁	該当項目	質問	回答
1	企画競争説明書 P. 12	4. 業務内容 (1) 2) ②広報戦略の内容	「考慮すべきJICA内の重点的な取り組み・事業等の分析」とあるが、例えばどのような事業が該当し、それらの事業に対してどのような分析を行うことを想定しているのか。	JICAは中期計画（現在第4期：2017～2021年）及びそれに基づいた年度計画が該当します。また、契約後の情報提供になりますが、より詳細に重点事業を特定した内部文書も該当します。これらの文書に記載されているJICAとして重視している取組み・事業に対し、オピニオンリーダーやマスメディアの関心事項に適したメッセージや切り口について分析いただくことを想定しています。 なお、最近の具体例としては、JICA世界保健医療イニシアティブなどが該当します。
2	企画競争説明書 P. 13	4. 業務内容 (1) 5) 留意点	2019年度、2020年度の重点発信テーマは何か。	以下の通りです。 2019年度 (1) JICAブランド（2017年に制定されたJICAビジョン「信頼で世界をつなぐ」の浸透を目指す） (2) アフリカ支援（2019年開催のTICAD7の機会を捉え、アフリカやJICAに関する発信を行う） (3) 自由で開かれたインド太平洋/自然災害対策への取組み（2019年開催のG20サミットに合わせて発信を強化する） (4) 日本の近代化と開発協力の経験共有 (5) スポーツと開発 2020年度 (1) 感染症対策/グローバルヘルス（コロナ対策に関する研究、取り組み含む） (2) 世界と日本/地方をつなぐ取組み（世界との連帯感、共感を生み出す、外国人材等日本の課題への貢献） (3) スポーツと開発 (4) 人間の安全保障 (5) 自由で開かれたインド太平洋（特に開発途上国・国際社会向け） (6) 防災
3	企画競争説明書 P. 13	4. 業務内容 (1) 5) 留意点	2021年度の重点発信テーマについて、現状の広報活動にどのように落とし込んでいるのか。（テーマに基づいたリリース発表、テーマごとのイベント開催等）	テーマとタイミング（関連する国際会議の開催時期等）に応じて、記者勉強会の実施、プレスリリースの配信、SNSのシリーズ投稿、JICA広報誌特集、動画制作、有料広告記事掲載等を行っています。
4	企画競争説明書 P. 14	4. 業務内容 (2) 2) マスメディアアプローチ	現在実施しているマスメディアアプローチは具体的にどんな活動か。	JICAのHP上に掲載するニュースリリースによる発信（これは一般市民も読者として想定）、マスメディアのみに配布するプレスリリースによる発信（年40～50件程度（JICA広報部のみ実績））、記者勉強会の実施（年10件程度（JICA広報部のみ実績））等を行っています。取組み結果となる報道実績の集計と分析は、別途の委託契約において実施しています。
5	企画競争説明書 P. 14	4. 業務内容 (2) 2) マスメディアアプローチ	国内拠点の広報について、各拠点が独自に行っているのか、もしくは広報部と連携して進めているのか。	各国内拠点が、プレスリリースや各拠点のHP・SNS記事作成・掲載等、独自に実施しています。広報部は重点発信テーマを掲げ、本部と国内拠点の発信内容・時期に共通性を持たせる取組みやグッドプラクティスの共有促進などを行い、国内拠点との連携を図っています。各国内拠点が実施する事業等の独自の広報ネタが多数あるため、各拠点からの独自の発信も多数行われています。
6	企画競争説明書 P. 14	4. 業務内容 (2) 3) メディアリスト	メディアリストはどのように管理/更新しているのか。また、リスト内のメディア連絡先件数としては何件ほど所有しているのか。	JICA広報部はメディアリストをExcelにて作成・管理しております。記者等からコンタクトがあった際に、リストに連絡先や所属等について記載・更新をしております。リスト上の連絡先は数百件以上になります。なお、国内拠点は別途地方メディアの情報を保持しており、それに基づいて地方メディアに対するコンタクトを行っています。
7	企画競争説明書 P. 14	4. 業務内容 (2) 4) プレスリリース	プレスリリースの配信方法について、配信サービス/システムを使用しているか等、現在の運用を教えてください。また、広報部、国内拠点で一括して配信、もしくは別々に配信のどちらなのか。	広報部及び国内拠点で別々にプレスリリースを作成、配信を行っています。広報部は主に全国メディア向け、国内拠点は地方メディア向けの情報発信を行っており、把握しているメディアの情報もそれに合わせたものになっています（広報部は地方メディアの情報があまりなく、逆に国内拠点は全国メディアの地方局以外の情報はあまりありません）。全国メディア・地方メディア双方で取り上げてもらえる可能性があるものは、同じプレスリリースを広報部・国内拠点双方から配信しています。
8	企画競争説明書 P. 14	4. 業務内容 (2) 4) プレスリリース	プレスリリースは月8本を案件に対して、改善アドバイスだけでなく配信業務まで行う、という理解で良いか。	月8本のプレスリリースのうち、広報部のもを3～4本、国内拠点のもを4～5本程度想定しています。このうち、広報部のもは改善アドバイス及び配信、既読率や掲載率の把握、メディアの関心範囲の把握やメディアリストへの情報反映を行っていただきます。他方、国内拠点のもは改善アドバイスのみを想定しています。
9	企画競争説明書 P. 14	4. 業務内容 (2) 4) 個別のメディア訪問	現在個別メディア訪問は行っているのか。訪問時に使用している資料があれば共有頂きたい。	コロナ禍もあり、近年個別のメディア訪問は行っていません。訪問時には、既存のパンフレットなどを使用することも考えていますが、メディア向けの資料としては更なる見直しについても検討しています。
10	企画競争説明書 P. 16	4. 業務内容 (4) 1) ② 媒体・発信方法	過去3年間の記事広告展開について、どのような媒体にどのようなテーマで出稿しているのか。	・昨年広報部報道課が展開した以下の記事広告を共有します。ただし、この広告に対する読者のフィードバックとして、文字数が多いなどの課題も挙げられたため、当該広告より文字数が少なく、地方紙の読者層に分かりやすい広告記事の作成が必要と考えています。また、JICA役職員とJICA事業関係者間の対談ではなく、地方紙の記者がJICA事業関係者へインタビューを行い、インタビュー記事の形にすることも一案と考えます。 https://www.jica.go.jp/information/boardmember/2020/ku57pq00002mzz0a-att/ku57pq00002mzz20.pdf ・広報課での主な発信は企画競争説明書P. 19「9. (5) 過去の類似業務」に記載していますが、そのうち、直近の以下では社会課題解決に貢献するビジネスモデルやビジネスにおけるジェンダー認知向上を掲げているのでリンクもご紹介いたします。 https://crea.bunshun.jp/list/feature/crea202104-jica 「ビジネス層向け広報企画・実施」関連業務（2020～21年度・広報部）
11	企画競争説明書 P. 17	4. 業務内容 (5) 上記取組に係る広報効果測定調査の実施と報告	従来のKPIはどのように設定していたのか。直近の広報活動KPIについて可能であれば共有頂きたい。	マスメディアへのアプローチについては、回答No. 4の通り、報道実績の集計と分析を行っています。広告企画については、直近ではユニークユーザー数等としており、また、業務仕様書では参考PVも、媒体等により異なるため「目的に合致した上でいかに多くリーチするか」の観点で、適切なKPIを設定いただけます。また、公開していませんが、発信後の調査報告ではJICA認知度や国際協力に係る事項を設定していますので、契約締結後に提供させていただきます。
12	企画競争説明書 P. 15	4. 業務内容 2) 広告対象 ① 対象媒体 3) 広告コンテンツの制作 ① 記事構成	広告掲載の対象媒体の数について、24以上とされた理由についてご教示いただけますと幸いです。	47都道府県のうち、最低半数以上として設定しました。
13	企画競争説明書 P. 15	4. 業務内容 2) 広告対象 ① 対象媒体 3) 広告コンテンツの制作 ① 記事構成	道府県を24以上各1紙選定するとありますが、24回以上、別のコンテンツを企画するということでしょうか。それとも、各エリア（北海道、東北、関東、……）等で、同一のコンテンツで掲載してもよろしいでしょうか。	基本的には北海道、東北、関東等の地域の区分ごとに同一のコンテンツを掲載することを想定しています。他方、現在、弊機構内でコンテンツ候補の洗い出しを行っています。特定の県では非常に広告価値のあるコンテンツがある場合などは、地域区分の中で特定県のみ異なる広告コンテンツになる可能性があり、契約締結後に具体的に受注者と協議させていただきます。
14	企画競争説明書 P. 19	9. その他の留意事項 (5) 過去の類似業務	過去の類似業務は19頁・20頁にあるもののみでしょうか。他にもあるのでしょうか。過去の類似業務の実施レポート等の資料はいただけますでしょうか。また過去にはどのようなKPIが設定されていたか教えてください。	基本的には記載のものをご理解いただき、回答No. 10もご参照ください。実施レポートは公開していませんが、直近の類似業務に係るKPIは、回答No. 11をご参照ください。
15	企画競争説明書 P. 21	第3.2.(1). 1) 類似業務の経験	専門的な業務を再委託する企業が本事業の類似業務を行っている場合、提案として類似業務として提案することは可能でしょうか。	再委託先の類似業務経験も評価対象としますが、再委託の対象とする業務は、本件業務全体に大きな影響を及ぼさない補助的な業務に限ります。一部業務の再委託を希望する場合は、プロポーザルにその再委託予定業務内容、再委託先企業名等を記述してください。

通番	該当頁	該当項目	質問	回答
16	企画競争説明書 P.22	第3 2.(2)業務の実施方針等	『応募者が提案する業務の基本方針などについて記述してください。記述は、全体で15ページ以内としてください。』とあるが、(1) 応募者の経験・能力、(3) 業務従事者の経験・能力の提案については15ページに含まれないという認識であっておりますでしょうか。プロポーザルの枚数制限があれば教えてください。	ご理解の通りです。(1) 応募者の経験・能力、(3) 業務従事者の経験・能力の提案については15ページに含まれません。
17	企画競争説明書 P.7	8-2(1) プロポーザル内容に関するプレゼンテーションの実施	10/14(木)のプレゼンの参加人数に制限はありますか。また企画内容の審査については、外部有識者等の第三者を含めた検討になるのでしょうか。	プロポーザル審査は弊機構内部の人員のみで実施します。プレゼンテーションの実施者は、原則、本件業務に総括的にかかわる方2名程度とさせていただきます。
18	企画競争説明書 P.11	1. 業務の背景	現在実施しているオピニオンリーダーを対象とした広報活動は「お互いに相乗効果が期待できる」とある。具体的にどんな効果を狙った広報活動をしているのか。またその成果は何をもって(=KPI)達成/非達成を判断しているのか。	JICAは、当該パラグラフに記載している民間企業や地方自治体等が直接参加できる事業を展開しており、企業や自治体等に対する広報の結果、企業や自治体等のJICA事業への参画拡大、及び企業や自治体等との連携による広報コンテンツの更なる拡充が、期待される主な相乗効果として想定しています。他方、明確なKPIを設定していません。
19	企画競争説明書 P.11	1. 業務の背景	ESG投資の関心の拡大がJICA事業と連携するアクターを増加させる理由を教えてください。	JICAは以下発表記事のようなソーシャルボンドを発行しています。ESG投資の関心拡大により、投資家にこのような事業への参加が拡大するものと考えています。またESG投資への関心を高めた民間企業による民間連携事業等への参画拡大なども見込まれると考えます。 https://www.jica.go.jp/press/2021/20210806_30.html
20	企画競争説明書 P.11	1. 業務の背景	「国際協力よりも国内の取り組み、対策をより重視すべき」といった論調が散見され」とありますが、具体的にどのようなメディア、記事、コミュニティを指しているのか。特にJICA内で危惧したものがあれば教えてください。	具体的なメディア、記事やコミュニティを意図したものではありません。
21	企画競争説明書 P.12	3. 業務の基本構想 (2)	21年度の全国向け広報については、すでに決定している内容で21年11月～22年3月にかけて本契約の受注者が4本実施するのでしょうか。また、後述(28p)の1,500万の暫定予算はその業務に対する費用の想定でしょうか。なお、その記事の発信媒体は自社サイト等のオウンドメディアなのか、メディアへの掲載(記事体広告)なのか、決まっていれば教えてください。	2021年度の全国向け広報についての企画提案は不要です。すでに実施中のトップ対談企画等、広報部で実施している企画や予定されている企画について発信をお願いする予定であり、JICAから相談、合意の上、実施、とさせていただきます。その際の予算として2021年度分は1,500万円規模を目安としております。2022年度及び2023年度については、年度ごとに約4企画を想定しており、それらについてプロポーザルにてご提案をお願いします。ただし、記載の通り、2022年度はトップ対談企画及びTICAD企画を含めて4本となります。予算は記載の通り、各年度4,000万円を目安としています。自社サイトのみでは高い広報効果は期待されないため、外部メディア掲載やその他の広報媒体を想定しています。ただし、オウンドメディアも最大限活用すべく、外部掲載コンテンツも自社サイト等のオウンドメディアでの紹介や発信をセットで想定しています。
22	企画競争説明書 P.12	4. 業務の内容 (1) オピニオンリーダー向け JICA 広報戦略(案)の策定支援 1) 概要	「現在 JICA が行っている類似の広報業務と整合性や相乗効果発現に留意して、最適なメディアミックスによる提案を行う。」とあるが、現在行っている類似の広報業務を具体的に教えてください。	以下のサイトにて公示されている広報業務等が具体的事例となります。広報部のみでなく、JICA本部内でも他部署が業務委託をしながら広報を展開しており、これらの間における整合性の確保と相乗効果の発現が、JICA広報における課題のひとつとして考えています。 https://www.jica.go.jp/chotatsu/buppin/koji2021.html#sec05
23	企画競争説明書 P.12	4. 業務の内容 (1) オピニオンリーダー向け JICA 広報戦略(案)の策定支援 2) 広報戦略(案)の内容①	過去3年間におけるJICAのオピニオンリーダー層向け広報実績を具体的に教えてください。	企画競争説明書P.19「9.(5)過去の類似業務」をご参照ください。
24	企画競争説明書 P.12/P.14	4. 業務の内容 (1) オピニオンリーダー向け JICA 広報戦略(案)の策定支援 2) 広報戦略(案)の内容①/ (2) オピニオンリーダー向け広報に係るマスメディアアプローチ強化の支援 1) 概要①	業務仕様書及びプロポーザル作成要領に記載の、過去3年分の広報活動の実施内容の分析については、全て独自に検索・把握することが難しいため、主な実施内容を展開いただくことは可能でしょうか。また各施策に対する開示可能な指標や評価指数(KPI)があれば教えてください。	企画競争説明書P.19「9.(5)過去の類似業務」、回答No.10及び11をご参照ください。
25	企画競争説明書 P.14	4. 業務の内容 (1) オピニオンリーダー向け JICA 広報戦略(案)の策定支援 2) 広報戦略(案)の内容①/ (2) オピニオンリーダー向け広報に係るマスメディアアプローチ強化の支援 1) 概要	マスメディアアプローチの強化を目的とした2)以降の業務については、業務実施期間が2023年5月末までとあるが、なぜこの業務のみ実施期間が短いのでしょうか。	JICA広報部にて2023年度にマスメディアアプローチに関する方向性を包括的に見直す可能性があるため、本業務のみ2023年5月末までとしています。
26	企画競争説明書 P.14	4. 業務の内容 (2) オピニオンリーダー向け広報に係るマスメディアアプローチ強化の支援 2)	JICA広報部が現在実施しているマスメディアアプローチ業務とは具体的にどのようなことを行っているのでしょうか。	回答No.4の通りです。
27	企画競争説明書 P.14	4. 業務の内容 (2) オピニオンリーダー向け広報に係るマスメディアアプローチ強化の支援 3)	今のメディアリストの管理方法について教えてください。また現時点のメディアリストを事前に共有いただくことは可能でしょうか。	回答No.6の通りです。個人情報等が含まれているため、契約締結前の共有は差し控させていただきます。
28	企画競争説明書 P.14	4. 業務の内容 (2) オピニオンリーダー向け広報に係るマスメディアアプローチ強化の支援 5)	現在のメディア訪問の方法・提出している資料について、できる限り詳細に開示願います。	回答No.9の通りです。
29	企画競争説明書 P.15	4. 業務の内容 (3) オピニオンリーダーを対象とした地方向け広報の企画・実施 2) ①	対象都道府県についてなぜ5都府県を除いているのか。また、5都府県除く24以上選定と記載がありますが、24以上という数字に何か意図はあるのでしょうか。	都市圏よりも地方部において国際協力の重要性や理解促進、JICAの認知度向上が喫緊の課題であるため、都市圏に当たると定義する当該5都府県を除いています。それ以外については、JICA上記No.12の質問回答の通りです。
30	企画競争説明書 P.15	4. 業務の内容 (3) オピニオンリーダーを対象とした地方向け広報の企画・実施 2) ②	全15段(前面)→新聞内であるべく前の面に記事を掲載する「前付」か、1ページ全面への掲載を指す「全面」の誤植か、どちらでしょうか。	正しくは「全面」です。1ページ全面への掲載を意図しております。

通番	該当頁	該当項目	質問	回答
31	企画競争説明書 P.15	4. 業務の内容 (3) オピニオンリーダーを対象とした地方向け広報の企画・実施 3) ①	特に地方に注力する背景を教えてください。説明会でお話しされていた「JICAの地方での認知度が課題」が一番の理由でしょうか。	ご理解の通りです。
32	企画競争説明書 P.15	4. 業務の内容 (3) オピニオンリーダーを対象とした地方向け広報の企画・実施 3) ③	囲み記事については対談記事(全15段)の中に入れる形よろしいでしょうか。	ご理解の通りです。
33	企画競争説明書 P.16	4. 業務の内容 (4) 1)	ここでいうオピニオンリーダーとは、世論に影響を与える人物に限らず、その他一般の企業人もあてはまるのでしょうか。	世論に影響を与える人物層は必須ですが、一般の企業人層を含むことを否定するものではありません。
34	企画競争説明書 P.16	4. 業務の内容 (4) 1) ①	説明会では「2021年度の企画については提案の必要がない」と質疑応答がありましたが、今回のプロポーザルでは22年度・23年度に実施する企画(各年度約4企画ずつ)の内容をご提案すればよく、21年度企画については全く触れなくてよいという理解でよろしいでしょうか。	回答No.21をご参照ください。
35	企画競争説明書 P.16	4. 業務の内容 (4) 1) ②	別添1参照とありますが、別添1の掲載場所を教えてくださいませんか。	別添1を削除させていただきます。なお、「目的に合致した上でいかに多くリーチするか」の観点で、媒体等選定の事由を含め、ご提案ください。
36	企画競争説明書 P.23	2. プロポーザル作成に係る要件・留意事項 (2) 業務の実施方針等 2)	個人情報保護や著作権、肖像権使用許諾に関する対応方針については、具体的にどのような内容を想定しておりますでしょうか。	例えば、メディアリストにおける記者の個人情報の管理・保護、地方及び全国向け広報企画・実施におけるコンテンツ作成時の著作権や肖像権の使用許諾を想定しております。また、例えば広報効果測定調査の実施と報告に際し、アンケート実施等に際しても該当する可能性があるものと想定しています。
37	企画競争説明書 P.11	1. 業務の背景	「日本国内においては国際協力よりも国内の取り組み、対策をより重視すべきといった論調が散見され」とありますが、この具体例・記事や報道時期をご教示ください。	回答No.20の通りです。
38	企画競争説明書 P.11	1. 業務の背景	「国内の民間企業、地方自治体、教育機関、NGO など、JICA 事業と連携することでお互いに相乗効果が期待できる業種や組織のリーダー層を国内の「オピニオンリーダー」と定義していますが、」とありますが、指し示す対象をより具体的にご教示ください。	従来は、例えば企業・団体における経営層、政治家等を対象のイメージとして想定していました。回答No.18もご参照ください。
39	企画競争説明書 P.12	4. 業務の内容 (1) オピニオンリーダー向け JICA 広報戦略(案)の策定支援 2) 広報戦略(案)の内容①	過去3年間における JICA のオピニオンリーダー層向けの広報活動の実施内容をご教示ください。	企画競争説明書P.19「9. (5) 過去の類似業務」をご参照ください。
40	企画競争説明書 P.12	4. 業務の内容 (1) オピニオンリーダー向け JICA 広報戦略(案)の策定支援 2) 広報戦略(案)の内容①	過去の「重点的な取り組み・事業」の分析レポートを提供いただきたいです。	これまでに分析レポートは作成していません。このような分析レポートが存在しないこと自体も課題と考えますので、プロポーザルにおいて何かご提案いただくことも歓迎します。
41	企画競争説明書 P.13	4. 業務の内容 (1) オピニオンリーダー向け JICA 広報戦略(案)の策定支援 5) 留意点	過去数年間の重点テーマをご教示ください。また、今後の中長期的テーマをご教示ください。	過去のものは回答No.9の通りです。今後の重点テーマは検討中ですが、2021年度重点発信テーマでもある①新型コロナウイルスの及ぼす影響への対応や、②多様性が尊重される社会の構築は、2022年度においても重点テーマとなる可能性が高いと考えています。
42	企画競争説明書 P.14	4. 業務の内容 (2) 3) メディアリストの改善	現在のメディアリストの運用方法を教えてください。また現時点の課題点や改善したい点があればご教示ください。	運用方法は回答No.6の通りです。JICA広報部が認識している課題点は以下の通りです。 ①マスメディア及び各記者ごとの最新の関心事項を把握しきれておらず、関心のある記者にターゲットを絞ったプレスリリース配信が行えていない。 ②Excelのメディアリストの管理・更新についてシステマティックなプロセスが組めておらず、リストに載せる情報も改善の余地がある(これが上記①ができていない要因のひとつ)。 ③記者ごとの既読率や掲載率を把握できていないため、個々のプレスリリースに関するPDCAが行えない。
43	企画競争説明書 P.14	4. 業務の内容 (2) 3) プレスリリースの改善・配信	「記者ごとの既読率や掲載率」とありますが、現在利用中または想定しているサービス名を具体的にご教示ください。	現在利用及び今後の使用を想定している具体的なサービスは特にありません。適切なソフトウェア等のサービスがあればご提案ください。他方、JICAのITセキュリティとの関係上、脆弱性等の問題からご提案いただいたソフトウェアの使用許可が下りない可能性がある点、ご留意ください。最終的には契約締結後に、ソフトウェアの利用可否についてJICAのIT担当部門の判断を待つこととなります。
44	企画競争説明書 P.15	4. 業務の内容 (3) オピニオンリーダーを対象とした地方向け広報の企画・実施	過去に行った地方部におけるオピニオンリーダーをターゲットとした、JICA 事業に関する広報企画の事例をご教示ください。	地方部に限定しておりませんが、企画競争説明書P.19「9. (5) 過去の類似業務」をご参照ください。
45	企画競争説明書 P.15	4. 業務の内容 (3) 2) 広告掲載 ① 対象媒体	「対象各道府県につき1紙とする」について質問です。中日新聞などのブロック紙については、愛知県だけでなく、岐阜・滋賀で最大部数の状況ですので、この3県は中日1紙でカバーすることの考えで良いでしょうか。また、中日新聞は、静岡・長野・三重も配布エリアとなっていますが、最大部数ではない状況です。こちらについては、2紙体制になりますが、静岡新聞と信濃毎日新聞・京都新聞を別途提案させて問題ないでしょうか。中日新聞同様、広域エリアをカバーする新聞社の配布エリアとなっている場合は、同様の考えでのご提案でよろしいでしょうか。	ご理解の通りです。複数県において最大部数の新聞については、1紙にて当該複数県をカバーするとお考え下さい。ブロック紙がカバーはするものの最大部数ではない県については、当該県において最大部数となる新聞をご提案ください。他方、ご提示いただいている事例の場合、静岡県においては中日新聞と静岡新聞双方で同じ広告が掲載される場合もあり得ますが、1県で2紙の重複掲載はあまり費用対効果が高くないと考えられるため、広告掲載の対象県を減らすことで中日新聞の広告費を下げられるのであれば、静岡県における中日新聞の広告掲載は無しとして(静岡新聞のみに絞る)、その分の予算を広告掲載する道府県数を増やす、または自由提案の企画に活用いただくことも一案と考えます。
46	企画競争説明書 P.15	4. 業務の内容 (3) 2) 広告掲載 ① 対象媒体	中央紙が最大部数となる県については、中央紙の県版などでご提案することも可能でしょうか。	可能です。
47	企画競争説明書 P.15	4. 業務の内容 (3) 2) 広告掲載 ③ 掲載時期	2022年2月までで、想定のご掲載月はございますでしょうか?	特に想定のご掲載月はありません。対象への取材等もありますので、契約締結直後となる11月や12月は物理的に難しいと考えます。全地方紙で同一日での掲載も特に必要ないと考えておりますので、同一の広告内容となる地域の区分ごとであれば、掲載日は異なることも可能です。このため、より安価な日付の掲載として、予算内でより多くの県に広告を掲載する等の工夫をご提案いただくことも歓迎します。
48	企画競争説明書 P.15	4. 業務の内容 (3) 3) 広告コンテンツの制作 ① 記事構成	北海道、東北、関東、甲信越、中部、関西、中国、四国、九州、沖縄等の過去の都道府県ごとの地域分けの方針や過去実績はございますでしょうか。三重県などの地域をまたぐと思われる県をどう考えるかの判断材料としたいです。	以下サイトの通り、国内拠点が各道府県を分担して所管しています。取材対象との調整等について、これら国内拠点が中心となるため、国内拠点の所管ごとを地域の区分としていただくことも一案と考えています。ただし、1つの県のみ所管している国内拠点もあるため、近隣県であればそれらを1つの地域区分にまとめた方が良いと考えます。 https://www.jica.go.jp/about/structure/domestic/index.html

通番	該当頁	該当項目	質問	回答
49	企画競争説明書 P.15	4. 業務の内容 (3) 3) 広告コン テンツの制作 ① 記事構成	過去の同様の構成で実施された地方紙の実績原稿をご参考として、頂きたいです。	回答No. 10の通りです。
50	企画競争説明書 P.16	4. 業務の内容 (3) 3) 広告コン テンツの制作 ② 形式等	新聞社制作もしくは、弊社制作かですが、どちらでもよいでしょうか？	取材対象は各地方におけるJICA事業関係者となるため、対象者に直接取材が行えることが必要です（写真撮影等もあるため）。また、広告記事については、JICAのHP掲載等2次利用をしたいと思います。これらの条件が満たされるのであれば、どちらでも特に問題ありません。
51	企画競争説明書 P.16	4. 業務の内容 (4) オピニオン リーダーを対象とした全国向け広報の企画・実施	年契や長期契約など、既に、広告契約を交わされているオピニオンリーダーはいらっしゃいますでしょうか。また、そのような契約がある場合、その概要をご教示ください。	該当者はありません。
52	企画競争説明書 P.17	4. 業務の内容 (4) オピニオン リーダーを対象とした全国向け広報の企画・実施 3) 自由提案	自由提案の参考になるような、過去の事例についてご教示ください。	目的に合致し、かつ、自社の企画力、発信力、分析力など強みを生かした提案を想定しています。新しい媒体やアプローチを実践することは厭わず、オピニオンリーダー層向けに該当するとは限りませんが、昨今では、Twitterライブ、音声動画漫画、Podcast、電子書籍などを通じた企画を実施しています。
53	企画競争説明書 P.17	4. 業務の内容 (5) 上記取組に係る広報 効果測定調査の実施 と報告	現在の掲載・露出確認方法について、どのように実施しているかご教示ください。	企画競争説明書P.19「9. (5) 過去の類似業務」をご参照ください。回答No. 10及び11もご参照ください。
54	企画競争説明書 P.17	4. 業務の内容 (5) 上記取組に係る広報 効果測定調査の実施 と報告	過去の広報調査測定の事例および現在の効果測定の方法についてご教示ください。	企画競争説明書P.19「9. (5) 過去の類似業務」をご参照ください。回答No. 10及び11もご参照ください。
55	企画競争説明書 P.11	1. 業務の背景	新しいオピニオンリーダーについて、従来までのイメージから異なる点を具体的にご教示ください。	従来のイメージは回答No. 18及びNo. 38の通りです。新しいオピニオンリーダーは、属性、年代、性別を問わず、世論に影響力があるスタートアップやユーチューバー等の影響と認知が社会に広がるインフルエンサーも加わるイメージです。JICA自身で語るのではなく、オピニオンリーダー自身からの発信も期待しております。
56	企画競争説明書 P.16	4. 業務の内容 (4) オピニオン リーダーを対象とした全国向け広報の企画・実施 1) ①	「本契約前に広報部が実施する対談も参考に」と記載あるが、すでに実施中か。	実施中です。第1弾について9月末に公開開始を予定しています。
57	企画競争説明書 P.11	1. 業務の背景	従来のオピニオンリーダーと新しく加わるオピニオンリーダーに対する比重はあるか。	明確に比重と言うものは想定していません。他方、従来のオピニオンリーダーへのアプローチとしては、JICA事業の説明を中心とした広報が多かったため、新しいオピニオンリーダーを取り込んでいけるようなご提案を期待しています。また、媒体により対象となるオピニオンリーダー層が異なると考えられるため、媒体、コンテンツ、ターゲット等を明確にしてご提案いただくようお願いいたします。
58	企画競争説明書 P.15	4. 業務の内容 (3) オピニオン リーダーを対象とした地方向け広報の企画・実施	地方紙の広告掲載について、紙面のみならずウェブ版の掲載も検討可能か。	紙面を基本としつつ、ウェブ版の掲載も費用対効果も考慮しながらご提案いただくことも可能です。
59	企画競争説明書 P.28	1. 見積書の作成について (2)	マスメディアアプローチ強化の支援について、「第2-4(2)1)」においては可能な限り2021年度中に集中して行うことと記載されているが、予算配分は2022年度が一番多いのはなぜか。	マスメディアアプローチについては、可能な限り2021年度に集中したい点は企画競争説明書記載の通りです。他方、予算配分については、当該業務実施において月額のリテナー契約の形態が多いものと理解しているため、100万円/月として各月等分に計上しています。実態に応じて2021年度の比重を大きくしていただくことも可能ですので、プロポーザルにてご提案ください。