

意見招請実施要領

件名：2021-2022 年度 JICA 広報に関する企画運営業務

2020 年 12 月 28 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、「2021-2022 年度 JICA 広報に関する企画運営業務」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調達仕様書（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 ippankeiyakudesk@jica.go.jp

2 意見提出期限

2021 年 1 月 18 日（月）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）：2021-2022 年度 JICA 広報に関する企画運営業務」

※「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
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

頂きましたご意見及び回答を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（2020 年度）」

（ <http://www.jica.go.jp/chotatsu/buppin/koji2020.html> ）

以 上

添付資料

業務仕様書（案）

業務仕様書（案）

この業務仕様書は、独立行政法人国際協力機構（以下、「発注者」）が実施する「2021-2022 年度 JICA 広報に関する企画運営業務」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) 独立行政法人国際協力機構（以下、発注者または JICA とする）は、日本の 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発注者の責務である。
- (2) このような認識のもと、JICA 広報室は、日本国内の一般市民について、以下ア～エのように分類、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 中高年以上の「ビジネス層」
 - イ 20 歳以上の「国際協力関心層」（以下、「関心層」）
 - ウ 10 代後半～30 代前半の「若年層における国際協力低関心層（以下、「低関心層」）及び国際協力潜在的関心層」（以下、「潜在的関心層」）
 - エ 小学校中高学年～高校生の「開発教育層」
- (3) 今後も、JICA の活動を発信することを通じて、国際協力ならびに開発途上国への理解促進と関心喚起を図ることが重要である。また、世界的な問題となっている新型コロナウイルス感染症や 2021 年に開催予定の東京オリンピック・パラリンピック等に向けても、日本国内の一般市民の海外に対する関心が高まっており、こうした契機に戦略的かつ有効的な広報を展開することが望まれる。

2. 業務の目的

- (1) 上記 1. (2) ウ若年層における低関心層及び潜在的関心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易く、かつ複数のメディア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) 広報効果の高い JICA 事業や、時勢に沿ったテーマに関する 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 の広報に関する的確な助言を行い、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

4. 実施期間

2021 年 6 月上旬～2023 年 3 月 31 日まで

5. 業務内容

各業務の主な内容は以下の通り。

(1) 広報企画の立案と実施

ア 企画ごとに以下（ア）または（イ）をターゲットとした広報企画を立案、実施する（企画によっては（ア）（イ）両方をターゲットにすることも可であるが、その場合はターゲットに優先度を付すことが望ましい。また企画によって 30 代も含むことも排除はしない）。提案する企画については、JICA ならびに JICA の国際協力活動に関する認知を高め、共感を呼ぶものであること。

（ア）10 代後半～20 代前半の大学生世代＋低関心層ならびに潜在的関心層

（イ）20 代前半～30 代前半の社会人世代＋低関心層ならびに潜在的関心層

イ 上記アの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含み、以下に関する広報企画を提案する（以下、（ア）～（ウ）の併用可）。

（ア）JICA の年間の重点発信テーマ

来年度のテーマは追って共有。2020 年度の例：スポーツと開発、保健医療、防災、ジェンダー

（イ）JICA に関係するイベント

例：東京オリンピック・パラリンピック、世界栄養サミット、TICAD8、2025 年大阪万博等

（ウ）JICA の事業内容と親和性のある記念日・周年

例：国際生物多様性の日、世界環境デー、防災の日、国際協力の日、世界手洗いの日、国際ガールズデー、国際障害者デー等

ウ ターゲット層に対してより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、地上波・BS・ポータルサイトを含めた TV、トレインチャンネル等）を複合的に活用する。

エ 受注者と JICA 広報室の事前合意の下、国内、海外問わず広く JICA の活動を対象として、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。

オ 各企画の広報展開については、JICA ウェブサイトや JICA 広報室 SNS アカウント（Facebook・Twitter・YouTube・LinkedIn）への掲載による拡散も一部可能であり、外部メディアとも適宜連携させた展開を図る。

カ 広報企画の提案にあたっては、企画書を作成、提出し、発注者と協議する。企画書には、以下の項目を記載すること。

（ア）活用する媒体名、目的、活用頻度、活用手法とともに、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、その媒体を選定することの具体的な有効性。

（イ）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の目標を設定し、如何にその目標数値を達成できるか、また目標数値を達成できなかった場合の対応策について。

（2）イベントの企画・運営

ア 受注者は、2021 年度および 2022 年度中に、グローバルフェスタ JAPAN¹を含め、契約期間中 5～6 回程度、国際協力や開発途上国への理解促進、興味・関心喚起を目的とするイベントを企画・運営する。これらは全て発注者の主催イベントである必要はなく、ワールドコラボフェスタ（名古屋）、ワンワールドフェスティバル（大阪）など既存の国際協力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。

イ 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、出演者等を JICA 広報室と協議する。計画が承認された後、計画に沿って実施する。

ウ 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についても併せて検討した上で、戦略的にイベント広報策を講じる。特に SNS との連動を始め、ウェブメディアを活用するなど複層的な広報展開を図るものとする。

エ イベントの実施場所は主として首都圏を予定しているが、オンラインでの実施も可能である。また、前述のように他の団体が主催するイベントや地方のイベントを活用することも可能である。会場の選定についても、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、ターゲット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。

カ 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。

キ 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

¹ 「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 広報室は、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。2020 年度は新型コロナウイルス感染拡大の影響により、1/30、31 にオンラインイベントを実施予定。

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。

- ク 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について、提案・制作・管理を行う。JICA広報室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。
- ケ 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）、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。

(3) JICA の広報に関する各種分析及び助言

- ア 受注者は、(1)(2)にて提案、実施した広報企画、イベントとは別に、JICA 広報室の指示、各種要望に応じた分析及び助言を行いながら、コンテンツ制作やメディア連携を図り、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）。
- ウ なお、提案内容のうち JICA 広報室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、および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。

【業務提出物一覧】

No	名称	提出時期	提出方法 部数
1	全体業務実施計画書	契約締結から 2 週間以内	紙媒体 2 部 または電子データ
2	業務実施年間計画書	契約締結から 1 ヶ月以内 および年度開始 1 ヶ月前	紙媒体 2 部 または電子データ
3	業務実施報告書	半期毎。年度末を除く	紙媒体 2 部 または電子データ
4	業務従事記録	半期毎。年度末を除く	紙媒体 2 部 または電子データ
5	業務完了報告書	年度終了時毎	紙媒体 1 部 または電子データ

【成果品】

No	名称	提出時期	提出方法 部数
1	各種制作コンテンツ	随時	電子データ DVD 等
2	実施施策の広報効果分析	随時	電子データ

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) 5. 業務内容（3）で示した通り、企画提案に基づき実施する施策の他、JICA 広報室との協議や、世の中の関心事・動向等に基づき対応する業務が発生する可能性がある。係る必要経費については、JICA 広報室と受注者で協議したうえ、原則、契約充当額の中で、業務内容項目、費目構成をまたいで予算調整することとする。
- (3) 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に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。
- (4) 精算金額の確定及び支払い
支払い条件は、原則として年度毎の一括払いとする。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。出張旅費、取材経費、編集経費については、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オリジナルを提出すること。
- (5) 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。

(6) 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、広報室が定める「広報媒体掲載肖像権ガイドライン」

(<https://www.jica.go.jp/chotatsu/buppin/ku57pq00002iz0ax-att/temp4of818119.pdf>) を順守すること。

- (7) 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。
- (8) ウェブ媒体やSNS等と連携した企画を提案する場合、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。
- (9) 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。
- (10) 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。
- (11) 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)
- (12) その他(JICA広報室及び関連部署)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を提案すること。

以上