

令和3年度風評払拭のための多様なメディア・コンテンツによる情報発信事業
に係る企画競争について

下記のとおり企画競争を行います。

令和3年4月9日

支出負担行為担当官
復興庁会計担当参事官
増 田 直 樹

記

1 契約担当官等の官職及び氏名

支出負担行為担当官
復興庁会計担当参事官 増 田 直 樹

2 企画競争の内容

【1】事業名

令和3年度風評払拭のための多様なメディア・コンテンツによる情報発信事業

【2】事業の目的

東京電力福島第一原子力発電所の事故から10年が経過した今なお続く風評を払拭することは、福島の復興・再生において重要な課題である。そのため、風評の払拭に向け、伝えるべき対象、伝えるべき内容、発信の工夫について、具体的に示した「風評払拭・リスクコミュニケーション強化戦略」

<http://www.fukko-pr.reconstruction.go.jp/2017/senryaku/>

(以下、「戦略」という。)を平成29年12月に取りまとめ、政府一体となって情報発信に取り組んでいるところ。

本事業は、主に国内における風評の払拭に向け、戦略に基づき、放射線に関する基礎知識や福島の魅力・現状等について、広く国民一般（特に、乳幼児・児童生徒の保護者及び妊産婦。）等に伝え、知ってもらい、意識変容、行動変容を促進することを主な目的として、効果的な情報発信を行うものである。

【3】事業内容

上記【2】の目的のために、以下の業務を実施すること。

なお、本事業を進めるに当たっては、情報発信の優先度や時期に応じた柔軟な対応が必要であることなどから、復興庁（以下「当庁」という。）と緊密な連絡体制の下で事業を実施すること。

また、より効果的と考えられる広報手段(選択理由、概算費用、広報手段毎のKPI、想定される効果もあわせて必ず記載)、広報の時期及び実施体制を提案すること。

(1) 放射線に関する基礎知識等の発信

本事業のターゲットである、広く国民一般（特に、乳幼児・児童生徒の保護者及び妊産婦）に対し、放射線に関する基本的な情報等を知ってもらうための効果的な発信を行う。その際の留意点は以下のとおり。

① 発信内容

戦略Ⅱ. 1. (2) ①(放射線の基本的事項及び健康影響)及び②(食品及び飲料水の安全を守る仕組みと放射性物質の基準)を基本としつつ、必要に応じてポイントを絞った形とする。

② コンテンツ

ターゲットと使用する広報媒体のそれぞれの特性を勘案し、効果的なものを作成する。その際、戦略Ⅱ. 1. (3) (発信の工夫)を踏まえるものとし、特に次の事項に重点を置く。

(ア) 重要度の高いものからシンプルに発信する。

(イ) 放射線以外のリスクを示しつつ、放射線リスクを相対化して発信する。

(ウ) 放射線量を視覚的、感覚的にスケール感が分かりやすい形で発信する。

(エ) 受信者目線で印象に残る工夫を凝らす。

(オ) マンガ、アニメーション、音楽、動画など、受信者が興味・関心を抱き、かつ親しみやすいコンテンツを作成する。

(カ) 魅力あるコンテンツを作成するディレクターを活用するなどクオリティの高いコンテンツの作成を目指す。

③ 広報媒体

ターゲットに放射線に関する基礎知識を知ってもらうためにより効果的なものとする。

④ インセンティブ

必要に応じて、放射線に関する基礎知識について、ターゲットが制作コンテンツに遷移するためのインセンティブの導入を検討する。

⑤ サイト内回遊

同サイトのコンテンツを閲覧したターゲットが他のコンテンツも閲覧してもらえるようサイト内回遊の仕組みを工夫する。

(2) 福島の実況に関する情報の発信

福島の実況に興味・関心を持った人に対しても、放射線に関する基礎知識を知ってもらうため、当庁ウェブサイト「タブレット先生の『福島の実況』」（「平成30年度放射線等に関する情報発信事業」において作成。以下「福島の実況」という。）を活用した効果的な発信を行う。その際の留意点は以下のとおり。

① 発信内容

戦略Ⅱ. 1. (2) ③（復興が進展している被災地の姿）を踏まえ、復興に向けて

前向きな取組を行う人々の姿等を風評払拭につながる形で発信する。その際のコンテンツや広報媒体については、上記１．（１）②③と同様とする。

なお、東日本大震災に起因する津波や原子力発電所事故の影響を多大に受けた浜通り地域について、水産業が令和３年４月より本格操業に向けた取組を開始する等の状況を認識しつつ、本事業による情報発信の取組が後押しとなるような内容を十分に盛り込むこと。

② コンテンツ

（１）②と同様とする。

③ 広報媒体

（１）③と同様とする。

④ インセンティブ

（１）④と同様とする。

⑤ サイト内回遊

（１）⑤と同様とする。

⑥ トップページ

現行の「福島の今」のキャラクター「タブレット先生」は、今後制作するコンテンツにおいて、必ずしも使用しなくてよく、既存のコンテンツは残しつつ、より効果的となるトップページの刷新の提案を行ってよいこととする。

（３）ラジオを活用した情報の発信

（１）及び（２）の広報手段のひとつとして、ラジオを活用した情報発信を行う場合は、以下に留意すること。

① ラジオ番組の作成・放送

番組を作成するにあたっては、福島県の現状等を正確に伝える観点から現地等取材するなどして、風評の払拭及び最新のリアルな福島を視聴者に届けることを念頭に置き、取材した内容をもとにラジオ番組の作成・放送を行う。

② ラジオ番組の Web との連携

ラジオ番組の放送内容が視聴者以外にも発信できるよう、番組内容を文章と写真等で構成した Web サイトを作成すること。

③ 動画の作成

ラジオ番組放送とあわせて、番組に関連する短尺の動画を作成すること。作成した動画は、復興庁 YouTube チャンネルに投稿することとする。また、作成した動画は、プッシュ型広告（例：True View インストリーム広告）への使用も行えるよう、動画単独で視聴者に伝えたい情報が十分に伝わる構成とすること。

④ ラジオ CM の作成・放送

放射線に関する正しい知識を知ってもらうためのラジオ CM を作成し、広く全国に放送することを追加指示する場合がある。

⑤ 費用上限

①～③は、広告費用も含め6千万円を上限とする。

(4) インフルエンサー等を通じた情報発信

事業の目的に資するため、(1)～(3)を実施する際には、ターゲットにとって信頼性が高く、多数のフォロワーを持つなど発信力のあるインフルエンサー（例：YouTube：チャンネル登録者数50万人以上、Instagram：フォロワー数10万人以上等）の活用を積極的に検討すること。その際、インフルエンサーによるSNSによるコンテンツの周知を積極的に行うこと。

(5) 効果的な広告

① 広告の実施

(1)～(4)について、視聴回数等の最大化を図るため、効果的な広告を行うこと。このほか、「福島は今」もしくは復興庁YouTubeチャンネルに格納されている以下の既存コンテンツの広告も実施することとする。

- ・おいしい福島
- ・ふくしま旅スゴ
- ・FUKUSHIMA INDEX
- ・Magical Journey Fukushima/Tohoku -A New Leaf , A New Day-

② 広告手段

デジタル広告を基本とし、プッシュ型、プル型の両面から効果的な手段を複合的に組み合わせて行うこと。

③ 広告費用

(1)～(4)に係る広告費用は全体事業費の3分の1以上とする。

(6) 効果測定及び検証

情報発信の実施前に事前調査を行い、放射線に関する基礎知識等に対する認識や理解度等について現状の把握を行う。

また、各情報発信実施後、KPIの達成状況及び要した費用を含めた効果を調査・分析・検証し、今後の効果的に情報発信を行うための考察を行う。

(7) 有識者からの意見聴取

上記(1)～(6)の実施に当たっては、有識者から適宜意見聴取を実施する。なお、意見聴取の実施に必要な作業や有識者への依頼、旅費・謝金の支払等を行う。

有識者の選定については、原則、当庁で行うが、クリエイティブ・ディレクターなど、効果的なコンテンツ制作について助言が可能な有識者の提案を行ってよいこととする。

(8) その他

上記(1)～(4)で発信するコンテンツについては、当庁ウェブサイト等に掲載する（遵守事項等は別紙参照）ことを原則とするが、コンテンツの特徴等に応じて、インフルエンサーの発信媒体からの発信とするか、復興庁ウェブサイト及びSNS等からの発信とするかは、発信内容やインフルエンサーの特性などを勘案して提案することとし、当庁と協議の上

決定する。

(9) 留意事項

- ① 各コンテンツについては、戦略、「平成 30 年度放射線等に関する情報発信事業」事業報告書、「令和元年度放射線等に関する情報発信事業」事業報告書、「令和 2 年度放射線等に関する情報発信事業」事業報告書、「放射線のホント」(平成 30 年 3 月当庁)、「風評の払拭に向けて」(平成 31 年 3 月当庁)、「放射線リスクに関する基礎的情報」(令和元年 5 月当庁)等を踏まえて作成し、統一性・連動性のあるものとする。
- ② 本事業の検討に当たっては、他の効果的な情報発信事例を参考とする。
- ③ 本事業を効果的なものとするために必要なイベント等を当庁が実施、参画する場合は適宜支援する。
- ④ 放射線に関する情報については、発信により更なる風評を招かないようにするなど、発信することによる影響を十分考慮した慎重な発信内容・方法等とする。
- ⑤ 本事業については、おおむね以下の工程を目安として実施する。
 - ・ 令和 3 年 6 月上旬頃～(事前調査、広報媒体の手配、コンテンツ制作)
 - ・ 令和 3 年 6 月中旬頃～令和 4 年 1 月頃
(情報発信の期間：この中から集中的なキャンペーン期間を設定するのも可)
 - ・ 令和 4 年 2 月頃(効果測定)
- ⑥ 著名人を起用した広報活動を行う場合などにおいては、過大な費用負担とならないように配慮するとともに、提案に当たっては、著名人が出演するコンテンツの使用可能期間及び延長を擁する場合の費用を必ず明示すること。
- ⑦ 当庁ウェブサイト等への掲載にあたり、請負者は当庁担当者に対して必要な支援を行うこと。
- ⑧ 上記(1)～(8)各項に対して、当庁との緊密な連携のもと、適切な運営・企画を行うために、定期的に、作業スケジュール等の確認を行うとともに、手戻りが生じないよう制作物の厳密なチェックを行い、事業全体を管理するための体制を整える。
- ⑨ 上記(1)～(8)各項の具体的な内容は、当庁職員との協議により定める。

(8) 事業実施期間

本事業の実施期間は、契約締結日から令和 4 年 3 月 31 日までとする。

3 企画競争に参加する者に必要な資格及び企画提案内容に関する要件

- (1) 予算決算及び会計令第 70 条の規定に該当しない者であること。なお、未成年者、被保佐人又は被補助人であって、契約締結のために必要な同意を得ている者は、同条中、特別の理由がある場合に該当する。
- (2) 予算決算及び会計令第 71 条の規定に該当しない者であること。
- (3) 令和 01・02・03(平成 31・32・33)年度全省庁統一競争参加資格審査の「役務の提供等」において、「A」、「B」又は「C」等級に格付けされた者であること。
- (4) 復興庁における物品の製造契約、物品の購入契約及び役務等契約に係る指名停止等措置要領に基づく指名停止を受けている期間中でないこと。
- (5) 暴力団等に該当しない旨の誓約書を提出すること。
- (6) 知り得た情報の秘密の保持を厳守すること。

4 企画競争説明会の開催

オンラインで開催する。なお、説明会の詳細については、5(1)エの担当者まで問合せること。

5 企画提案の手続等

(1) 企画提案募集要領の交付期間、企画提案書の提出期限等

ア 企画提案募集要領の交付期間

令和3年4月9日（金）から同年5月12日（水）まで

イ 企画提案募集要領の交付方法

企画提案募集要領の交付を希望する場合は、下記エの復興庁原子力災害復興班の担当者まで問合せること。

ウ 企画提案書の提出期限

令和3年5月13日（木）17時まで

エ 企画提案書の提出先

〒100-0013 東京都千代田区霞が関3-1-1 中央合同庁舎第4号館6階
復興庁原子力災害復興班 佐藤
電話 03-6328-0244

(2) 企画提案書の提出方法

上記5（1）エあて、原則郵送（書留郵便に限る。提出期限までに必着。）で10部及び電子媒体（光ディスク（CD-R 又は DVD-R ディスク）1部）を提出すること。なお、電子媒体は、Microsoft Word、Microsoft Excel、Microsoft PowerPoint、一太郎、pdf 形式のいずれかとする。ただし、映像資料については Windows Media Player で動作するものとする。

また、全省庁統一競争参加資格審査結果通知書の写し及び暴力団等に該当しない旨の誓約書を1部提出すること。

※宅配便も可とする。

6 契約候補者の選定方法

令和3年度風評払拭のための多様なメディア・コンテンツによる情報発信事業に係る企画提案募集要領に基づき提出された企画提案書について審査を行い、業務の目的に最も合致し優秀な企画提案書を提出した1者を選定し、契約候補者とする。

7 企画競争の無効

企画競争に必要な資格のない者の提出した企画提案書は無効とする。また、企画提案書に虚偽の記載を行った場合は、当該企画提案書は無効にする。

8 選定結果の通知

令和3年6月までに企画提案書を提出した全者に通知する。

9 その他

詳細は令和3年度風評払拭のための多様なメディア・コンテンツによる情報発信事業に係る企画提案募集要領による。

(以 上)