

業 務 仕 様 書（案）

令和 8 年度「緑の雇用」担い手確保支援事業に係る

『林業就業促進・「緑の雇用」普及宣伝大規模広報業務』

本業務仕様書（案）は、企画提案公募に当たり、本会が求める業務内容及び条件を示すものである。契約候補者の企画提案内容及び契約協議を踏まえ、業務内容、実施方法、工程、成果物、KPI、費用内訳その他の詳細を調整し、契約締結時に最終的な業務仕様書を確定する。ただし、本業務仕様書（案）に定める業務目的、基本業務の範囲、委託上限額、履行期限その他の必須条件を変更するものではない。

令和 8 年 7 月

全国森林組合連合会

1. 業務名

令和 8 年度「緑の雇用」担い手確保支援事業に係る林業就業促進・「緑の雇用」普及宣伝大規模広報業務

2. 業務の背景及び目的

森林・林業は、森林整備、木材生産、再造林、国土保全、地域経済及び脱炭素社会の形成等を支える重要な分野であり、その持続的な発展には、林業を担う人材の確保及び育成が不可欠である。

一方、一般の人が、林業の仕事内容、社会的役割、機械化・デジタル化、安全対策、就業までの流れ及び就業後の技能形成等について知る機会はずしも十分ではなく、林業が就職・転職先の選択肢として認識されにくい状況にある。

本業務は、全国規模の広告・広報を通じて、林業に対する国民一般の認知及び理解を高め、林業を就職・転職先の選択肢として広く訴求するとともに、林業への関心を具体的な情報収集、オンラインガイダンスへの参加及びオンライン相談の利用につなげ、新規就業希望者の裾野を拡大することを目的とする。

また、林業就業者の確保・育成を支援する「緑の雇用」について、その趣旨、研修・支援内容、活用の流れ、就業後の技能形成及び取組事例等を、本会が提供又は承認する情報に基づいて普及宣伝し、就業希望者、林業経営体その他の関係者の理解及び活用意向を高める。

3. 履行期間

契約締結日から令和 9 年 3 月 31 日までとする。広告出稿その他対外的な施策は、効果測定、成果物の取りまとめ、検査及び必要な修正の期間を確保するため、原則として令和 9 年 3 月 15 日までに終了する計画とすること。

4. 委託上限額及び基本業務・選択的追加業務の考え方

区分	上限額（税抜）	取扱い
基本業務	700,000,000 円	契約時に確定する業務。戦略策定、広告制作、媒体出稿・運用、「緑の雇用」の普及宣伝、誘導、効果測定、改善及び成果物納品までの一連の業務を、基本業務のみで完結させること。選択的追加業務を実施しない場合でも、業務目的の達成に必要な内容、数量及び成果物に不足が生じない計画とすること。
選択的追加業務	0～300,000,000 円	現時点では実施の有無及び金額は未定。基本業務の進捗、実績、広告効果、媒体環境及び本事業全体の予算執行見込み等を踏まえ、本会が有効かつ必要と判断した場合に限り実施する。基本業務の不足を補うものではなく、基本業務の成果を拡大又は強化する追加的な施策とし、実施しない場合もある。

- (1) 基本業務は、本業務の中核となる確定業務であり、選択的追加業務を実施しない場合であっても、戦略策定から広告実施、効果測定、改善及び成果物納品までの一連の業務を完了し、本業務の目的を達成できる内容とすること。業務の完了に不可欠な内容を選択的追加業務に留保しないこと。
- (2) 選択的追加業務は、基本業務に上乗せして実施することにより、到達規模若しくは接触頻度の拡大、新たな対象層若しくは地域への展開、効果の高い媒体の増強、追加素材の制作又は追加調査等の追加的な効果を得るための業務とすること。
- (3) 選択的追加業務は、基本業務の未実施、内容不足、仕様不適合、工程遅延又は受託者の見積不足等を補うための業務としてはならない。
- (4) 企画提案時には、追加額が仮に 1 億円、2 億円及び 3 億円の場合について、基本業務との差分、追加施策、追加的に見込まれる効果、工程、成果物及び見積内訳をそれぞれ明示し、追加額の一部のみを実施する場合にも対応できる構成とすること。
- (5) 選択的追加業務の実施の有無、実施内容及び金額は、基本業務の実施状況、広告効果、媒体環境、年度内の履行可能性及び本事業全体の予算執行見込み等を踏まえて本会が判断する。実施する場合は、本会と受託者が業務内容、金

額、工程及び成果物を協議し、変更契約を締結した後に着手すること。

- (6) 変更契約の締結前に、選択的追加業務に係る媒体枠の予約、出演者契約、再委託発注その他費用の発生する行為を行わないこと。選択的追加業務を実施しない場合又は上限額まで実施しない場合であっても、受託者はキャンセル料、補償その他の費用を請求できない。

5. 実施地域及び対象

(1) 実施地域

日本全国を対象とする。媒体特性、対象者の分布、林業就業への関心、地域性等を踏まえ、全国一律の展開と地域別の展開を適切に組み合わせること。

(2) 主な対象

- ・ 林業を職業として十分に認識していない国民一般。
- ・ 就職・転職、地方移住、自然・環境、地域貢献、アウトドア、機械・技術職等に関心を有する潜在的な就業関心層。
- ・ 林業への就業を具体的に検討している者。
- ・ 学生、若年層、ミドル層その他、受託者が効果的と分析する対象層。
- ・ 「緑の雇用」の活用が想定される就業希望者、林業経営体及び関係機関。

6. 既存広報業務等との関係

本会では、本業務とは別に、各種イベント、林業就業者等の撮影、動画・パンフレット等の制作、SNS 投稿案、オンラインガイドンスの開催及びオンライン相談への誘導等を含む広報業務を実施している。本業務は、全国規模の広告戦略、広告制作、媒体出稿・運用、効果測定及び「緑の雇用」の大規模な普及宣伝を中心とし、既存広報業務との重複を避けること。

区分	主な役割
既存広報業務等	各種イベント、研修生等の撮影、動画・パンフレット制作、SNS 投稿案、オンラインガイドンス開催、オンライン相談への誘導その他別途定める業務。
本業務	全国規模の広告戦略、広告制作、媒体出稿・運用、林業就業促進、「緑の雇用」の普及宣伝、広告効果測定及び改善。イベントの企画・運営は原則として対象外とする。
共通する成果目標	林業及び「緑の雇用」の認知・理解向上、新規就業希望者の獲得、オンラインガイドンス参加者数及びオンライン相談利用件数の拡大。

- (1) 既存広報業務で制作した素材は、本会が利用可能と判断した範囲で提供する。受託者は、権利条件を確認した上で有効に活用し、同種素材の重複制作を避けること。
- (2) 既存広報業務の受託者その他関係者との調整は、原則として本会を通じて行うこと。
- (3) 広告効果の集計に当たっては、本業務による実績と既存広報業務等による実績を可能な範囲で区分し、重複計上を防止すること。

7. 業務実施の基本方針

- (1) 林業の魅力のみを強調するのではなく、仕事内容、必要な技能、就業環境、安全対策、就業までの流れ及び就業後の技能・キャリア形成等を、正確かつ分かりやすく伝えること。
- (2) 一般認知の拡大と具体的な就業行動を分断せず、広告接触から情報閲覧、オンラインガイドンス、オンライン相談等へ段階的につながる一連の流れを設計すること。
- (3) 「緑の雇用」に関する表現は、本会が提供又は承認する公式情報に基づくこと。制度内容を過度に単純化し、又は誤認させる表現を用いないこと。

- (4) 媒体及び表現手法を固定せず、対象者、期間、到達規模、費用対効果、測定可能性及び年度内履行の確実性を踏まえ、最適な組合せを提案すること。
- (5) 地上波テレビ CM の実施は必須としない。採用又は不採用の理由、費用配分、想定効果及び他媒体との役割分担を明確にすること。
- (6) 広告実施後の報告にとどまらず、実施中のデータを分析し、媒体、対象者、素材、時期及び予算配分を継続的に改善すること。
- (7) 公的資金を用いる業務として、媒体費、制作費、調査費、運用手数料、管理費、再委託費その他の費用を明確に区分し、透明性及び説明可能性を確保すること。
- (8) 成果物は、次年度以降の本会事業でも活用できる権利条件及び納品形式を基本とすること。

8. 業務内容

8.1 現状分析及び全体戦略の策定

- (1) 林業及び「緑の雇用」に対する認知、印象、理解、就業関心、情報接触状況及び就業検討上の阻害要因を整理すること。
- (2) 対象者を年齢、地域、就業状況、関心、転職意向、移住意向等から分析し、優先対象層、対象別の課題及び訴求内容を設定すること。
- (3) 全国統一のキャンペーンコンセプト、メッセージ体系、媒体計画、展開時期、予算配分、KPI 及び改善方法を含む全体戦略を策定すること。
- (4) 既存広報業務、オンラインガイダンス及びオンライン相談の日程・内容を踏まえ、重複を避け、相乗効果を生む計画とすること。
- (5) 契約締結後、必要に応じて事前調査又は既存データの分析を行い、企画提案内容を具体化すること。

8.2 林業就業促進キャンペーンの企画

- (1) 林業を就業先として認識する契機を創出するキャンペーン名称、メッセージ、キャッチコピー、キービジュアルその他の基本表現を企画すること。
- (2) 一般層、潜在的関心層及び具体的検討層の段階に応じて、伝える情報及び行動喚起を設計すること。
- (3) 実際の仕事、職場、機械、技能、地域での暮らし、働く人の声等を活用する場合は、実態に即した表現とし、個人差又は地域差がある事項を一律に断定しないこと。
- (4) 林業の安全対策、技術・機械化、技能形成等についても、対象者の不安軽減及び適切な職業理解につながる表現を検討すること。

8.3 「緑の雇用」の普及宣伝

- (1) 「緑の雇用」の目的、位置付け及び林業就業者の確保・育成における役割を分かりやすく伝えること。
- (2) 研修・支援内容、対象、活用の流れ、就業後の技能形成及びキャリア形成等を、本会が提供又は承認する情報に基づき発信すること。
- (3) 就業希望者向け、林業経営体向け及び関係機関向けに必要な情報が異なることを踏まえ、対象別の訴求を検討すること。
- (4) 制度名称の認知にとどまらず、林業就業への安心感、就業後の育成及び技能向上への理解につながる内容とすること。
- (5) 「緑の雇用」に関する広告接触後の認知、理解及び活用意向を測定できる指標を設定すること。

8.4 広告クリエイティブ及び広報素材の制作

- (1) 採用媒体に応じ、動画、静止画、音声、記事、バナー、交通・屋外広告、デジタルサイネージその他必要な素材を制作すること。

- (2) 対象者、メッセージ及び媒体別に複数の素材を用意し、比較検証及び改善が可能な構成とすること。
- (3) 著名人、タレント、インフルエンサー、キャラクター等の活用は必須としない。活用する場合は、選定理由、信用リスク、契約期間、利用範囲、二次利用条件及び追加費用を明示すること。
- (4) 新規撮影又は取材を行う場合は、既存素材との重複の有無、撮影対象、場所、日程、安全管理及び権利処理の方法を整理し、本会の事前承認を得ること。
- (5) 動画には字幕を付すなど、媒体特性を踏まえて視認性、可読性及びアクセシビリティに配慮すること。
- (6) 広告素材、原稿及び公開日時は、本会の事前確認及び承認を受けること。

8.5 広告媒体の選定、出稿及び運用

次に掲げる媒体その他の手法から、対象者、役割、期間、想定到達、費用対効果及び測定方法を踏まえて最適な組合せを提案し、出稿及び運用を行うこと。

- ・地上波テレビ、BS・CS その他の放送媒体及びテレビ番組等との連携。
- ・TVer その他の動画配信サービス、YouTube その他のオンライン動画媒体。
- ・Instagram、TikTok、X、LINE その他の SNS。
- ・検索連動広告、ディスプレイ広告、リターゲティングその他のデジタル広告。
- ・鉄道、駅、車内、バス、空港、屋外広告及びデジタルサイネージ。
- ・ラジオ、ポッドキャスト、新聞、雑誌、Web メディア及び記事・番組タイアップ。
- ・求人、転職、移住、環境、アウトドア、地域情報等と親和性の高い媒体。
- ・パブリシティ、広報連携その他、本業務の目的達成に有効な手法。

- (1) 採用媒体ごとに、対象者、役割、掲載期間、出稿量、想定到達、単価、費用、測定指標及び改善方法を明示すること。
- (2) 媒体社又はプラットフォームの掲載基準、政治・社会情勢、ブランドセーフティ等を踏まえ、掲載先の品質及び本会の信用を確保すること。
- (3) 媒体費の割引、無償枠、リポートその他の経済的利益がある場合は、その内容及び本業務における取扱いを本会に説明すること。
- (4) 不正なクリック、表示又はトラフィックを可能な範囲で排除し、異常値を把握した場合は速やかに報告すること。

8.6 誘導先及び行動につなげる仕組みの整備

- (1) 本会が指定する Web サイト（RINGYOU.NET <https://www.ringyou.net/> 等）、オンラインガイダンス及びオンライン相談への誘導を設計すること。
- (2) 専用 URL、QR コード、計測用パラメータ、流入経路アンケートその他により、広告接触から申込・相談までの経路を可能な範囲で把握すること。
- (3) 広告効果を高めるため、キャンペーン特設ページ、ランディングページその他の制作又は改修が必要な場合は、既存 Web サイト、サーバー、個人情報及び既存受託者との役割分担を整理した上で提案し、本会の承認を得ること。
- (4) 個人情報を取得し、又は就業希望者情報を一元的に管理する仕組みを提案する場合は、取得項目、利用目的、保存期間、アクセス権限、既存システムとの関係及び契約終了時の取扱いを明示すること。

8.7 効果測定、分析及び改善

段階	主な指標例	主な測定方法例
到達	リーチ、表示回数、接触頻度、動画再生数・完了率、媒体別到達	媒体管理画面、第三者計測、出稿実績
認知・理解	林業及び「緑の雇用」の認知、広告想起、仕事内容・制度内容の理解	事前・事後調査、ブランドリフト調査
関心・意向	林業への関心、情報収集意向、就業検討意向、「緑の雇用」の活用意向	アンケート、検索動向、サイト内行動

段階	主な指標例	主な測定方法例
行動	Web 流入、資料閲覧、ガイダンス申込・参加、オンライン相談申込・利用	アクセス解析、申込データ、流入経路アンケート
費用対効果	到達単価、視聴単価、誘導単価、申込獲得単価、相談獲得単価	媒体費及び実績値による算定

- (1) 契約締結後、本会と協議の上、基本業務の KPI、参考指標及び目標値を確定すること。
- (2) 可能な限り事前値を把握し、広告実施前後の変化を確認できる設計とすること。
- (3) 媒体別、対象者別、素材別及び地域別の実績を分析し、広告実施中に改善案を提示し、本会の承認を得て実施すること。
- (4) オンラインガイダンス及びオンライン相談について、申込数だけでなく、実参加・利用件数、流入経路及び広告との関連を可能な範囲で分析すること。
- (5) 本業務から直接把握できる効果と、既存広報業務等を含む事業全体の効果を可能な範囲で区分すること。
- (6) 数値が目標を下回った場合は、原因分析、改善内容及び予算再配分案を速やかに提示すること。

8.8 選択的追加業務の考え方、提案及び実施

- (1) 企画提案時に、追加額が 1 億円、2 億円及び 3 億円の場合について、基本業務との差分、追加施策、媒体、出稿量、制作物、追加的に見込まれる効果、KPI、工程及び見積内訳をそれぞれ提示すること。
- (2) 各追加案は、基本業務のみで一連の業務が完了することを前提として、基本業務の成果を拡大、強化又は発展させる内容とすること。選択的追加業務を実施しなくても、基本業務の履行内容、成果物又は目的達成に不足が生じない構成とすること。
- (3) 選択的追加業務は、基本業務の実績分析を踏まえ、効果が確認された媒体の出稿量・期間の拡充、新たな対象層・地域への展開、追加クリエイティブの制作、誘導施策の強化、追加調査その他、基本業務への上乗せ効果を合理的に説明できる施策を基本とすること。
- (4) 選択的追加業務を、基本業務に含めるべき業務の先送り、基本業務の未達・不備の補完又は受託者の責めに帰すべき再実施に充ててはならない。
- (5) 本会が追加額又は実施内容を変更した場合に対応できるよう、施策ごとの費用及び追加効果を明示し、可能な範囲で分割又は組替えができる構成とすること。
- (6) 選択的追加業務の実施期間が令和 9 年 1 月から 3 月となる可能性を踏まえ、媒体枠、制作期間、効果測定及び年度内納品の実現可能性を明示すること。

8.9 進行管理及び関係者調整

- (1) 本業務全体を統括する責任者を配置し、本会との連絡、進捗、品質、予算及びリスクを一元的に管理すること。
- (2) 本会、林野庁、既存広報業務の受託者、媒体社、制作会社、調査会社その他の関係者との調整を適切に行うこと。
- (3) 重要な意思決定、承認、変更及び課題について記録を作成し、本会と共有すること。

9. 対象外業務

- ・本会主催イベント又は他団体イベントの企画、会場確保、設営、運営及び出展。ただし、広告・広報上必要な連携又は取材は本会と協議の上で行うことができる。
- ・既存広報業務と同一又は実質的に重複する研修生撮影、パンフレット制作、SNS 投稿原稿作成等。
- ・オンラインガイダンスの開催・当日運営及びオンライン相談システムの運用。
- ・職業紹介事業に該当する求職者と林業経営体とのあっせん。
- ・その他、本会が既存業務又は別途委託業務と重複すると判断する業務。

10. 実施体制

受託者は、少なくとも次の機能を担う体制を整備すること。複数の役割を兼務する場合は、業務遂行上支障がないことを示すこと。

- ・統括責任者。
- ・広告戦略・媒体計画責任者。
- ・クリエイティブ責任者。
- ・広告運用責任者。
- ・「緑の雇用」普及宣伝担当者。
- ・効果測定・分析責任者。
- ・Web・データ計測担当者。
- ・著作権・肖像権等の権利処理担当者。
- ・個人情報・情報セキュリティ担当者。
- ・経理、証拠書類及び再委託管理担当者。

共同企業体、グループ会社又は再委託先を活用する場合は、各者の担当業務、責任分担、費用及び管理方法を明確にすること。

11. 業務実施計画、会議及び報告

- (1) 契約締結後 10 営業日以内に、業務実施計画書、詳細工程表、実施体制表、媒体計画、制作計画、既存業務との重複防止計画、効果測定計画、権利処理計画及び予算管理表を提出し、本会の承認を得ること。
- (2) 本会との定例会議を原則として月 1 回以上実施すること。広告出稿の集中期間その他必要な期間は、より高い頻度で進捗共有を行うこと。
- (3) 広告実施中は、媒体別の消化額、実績、KPI、課題、改善内容及び今後の予定を定期的に報告すること。
- (4) 重要な事故、掲載停止、権利問題、情報漏えい、炎上その他本業務に重大な影響を及ぼす事象が発生又は予見された場合は、直ちに本会へ報告し、対応案を提示すること。
- (5) 本会、林野庁又は検査機関から資料提出又は説明を求められた場合は、速やかに対応すること。

12. 成果物及び納品

成果物	主な内容	提出時期
業務実施計画書	全体方針、工程、体制、媒体・制作・測定・権利・予算管理	契約締結後 10 営業日以内
広告戦略・キャンペーン企画書	現状分析、対象者分析、キャンペーンコンセプト、媒体・予算配分、KPI	本会と協議して定める日
制作物・元データ	動画、静止画、音声、記事、パナー、台本、字幕、未編集素材、編集可能データ等	制作・公開の都度及び最終納品時
媒体計画・出稿実績	媒体別計画、申込内容、掲載期間、出稿量、実績、掲載証明、管理画面等	月次及び最終納品時
権利条件一覧	素材・出演者別の権利者、利用媒体、地域、期間、編集可否、追加費用等	公開前及び最終納品時
効果測定・改善報告	KPI、媒体別・対象別・素材別分析、改善内容、費用対効果	中間及び最終
経費・証拠書類	媒体費、制作費、手数料、調査費、再委託費等の明細及び根拠資料	月次又は本会の指定時及び最終
最終報告書	業務実績、成果、課題、次年度以降の改善提案、成果物一覧	令和 9 年 3 月 31 日まで

- (1) 成果物は、Microsoft Office 形式、PDF、一般的な動画・画像・音声形式その他本会が指定する形式で提出すること。

- (2) 完成版のほか、タレント等を使用しない代替版、音楽・テロップなし版、字幕・音声差替え可能版、未編集素材及び編集可能データ等、次年度以降の利用に必要なデータを可能な範囲で納品すること。
- (3) 納品媒体及びファイル構成は、本会と協議して定めること。ファイル名、版、権利条件及び使用方法が分かる一覧を付すこと。
- (4) 本会の検査により不備又は仕様不適合が認められた場合は、指定期限までに受託者の負担で修正すること。

13. 著作権、肖像権その他の権利

- (1) 本業務で新たに作成する成果物について、本会が次年度以降も、期間及び地域の制限なく、使用、複製、公表、上映、配信、編集、加工及び二次利用できる権利を確保することを基本とする。
- (2) 第三者が権利を有する映像、写真、音楽、フォント、イラスト、出演者の肖像その他の素材を使用する場合は、利用媒体、地域、期間、編集可否、再許諾の可否及び追加費用を事前に明示し、本会の承認を得ること。
- (3) 次年度以降の利用に追加費用又は期間制限がある素材は必要最小限とし、可能な限り権利制限のない代替版を併せて納品すること。
- (4) 受託者及び制作関係者は、本会及び本会が指定する者による成果物の利用に対して、著作者人格権を行使しないために必要な措置を講じること。
- (5) 権利侵害その他の紛争が生じた場合は、受託者の責任及び費用で対応すること。ただし、本会の責めに帰すべき場合を除く。

14. 生成 AI その他の技術の利用

- (1) 文章、画像、動画、音声その他の成果物の作成に生成 AI 等を利用する場合は、利用目的、対象、サービス名、確認方法及び権利上の取扱いを事前に本会へ説明し、承認を得ること。
- (2) 本会から提供された非公開情報、個人情報又は第三者の秘密情報を、外部サービスの学習その他本業務以外の目的に利用される形で入力しないこと。
- (3) 生成物について、事実確認、権利確認、類似性確認、差別・偏見その他のリスク確認を行い、最終的な品質及び責任は受託者が負うこと。

15. 再委託

本業務の一部を第三者に再委託する場合は、再委託先、業務内容、金額、選定理由、責任分担及び管理方法を明らかにし、事前に本会の書面による承認を得ること。本業務の全部又は広告戦略、全体統括、効果測定その他の主要部分を一括して再委託してはならない。

16. 個人情報及び情報セキュリティ

- (1) 個人情報保護関係法令、本会の規程及び本会の指示を遵守すること。
- (2) Cookie、広告識別子、アクセス履歴その他の情報を取り扱う場合は、関係法令及び各媒体の規約に従い、必要な表示、同意その他の措置を講じること。
- (3) 取得した情報は、本会が承認した利用目的の範囲でのみ使用し、本業務終了後の返却、消去又は引継ぎを適切に行うこと。
- (4) アクセス権限、パスワード、端末、外部共有、バックアップ及びログ等を適切に管理すること。
- (5) 情報漏えい、不正アクセス、誤送信その他の事故が発生又は懸念される場合は、直ちに本会へ報告し、被害拡大防止、原因調査及び再発防止に対応すること。

17. 経理処理、媒体費等の透明性及び証拠書類

- (1) 媒体費、制作費、調査費、運用手数料、管理費、再委託費、権利処理費その他の費用を明確に区分し、本会が支出

の妥当性を確認できる内訳を作成すること。

- (2) 媒体社、制作会社、調査会社その他の取引先の見積書、申込書、発注書、請求書、掲載証明、配信管理画面、納品書、作業記録その他の証拠書類を整理し、本会が指定する期間保存すること。
- (3) 予定していた媒体出稿又は制作を実施しなかった場合、値引き、返金、無償枠その他が生じた場合は速やかに報告し、本会の指示に従って精算すること。委託料の支払額は、契約額を上限として、本会が業務実績及び証拠書類により適正と認めた額とし、契約額全額の支払を保証するものではない。
- (4) 本会、林野庁その他の検査機関による確認、検査又は監査に協力し、必要な資料及び説明を提供すること。

18. 法令遵守、広告表現及び危機管理

- (1) 広告関係法令、著作権法、個人情報保護関係法令、労働関係法令、各媒体の掲載基準その他の関係法令・規約を遵守すること。
- (2) 林業及び「緑の雇用」の実態・制度内容に即した正確な広告とし、誇大、虚偽、差別的又は誤認を招く表現を用いないこと。
- (3) 森林・林業の環境効果、脱炭素効果その他科学的・制度的な根拠を要する表現は、根拠及び条件を確認し、過度に単純化しないこと。
- (4) 出演者、掲載先、広告表現、SNS 上の反応その他に関する炎上、風評、信用毀損等のリスクを事前に評価し、緊急連絡、掲載停止、訂正及び説明の体制を整えること。
- (5) 事故、苦情、権利侵害その他の問題が生じた場合は、直ちに本会へ報告し、本会と協議して対応すること。

19. 企画提案に当たり明示する事項

- (1) 本業務の目的、林業就業促進及び「緑の雇用」の普及宣伝に対する理解。
- (2) 対象者分析、優先対象層及び対象別の課題・訴求内容。
- (3) キャンペーンコンセプト、クリエイティブ方針及び具体的な施策。
- (4) 媒体構成、出稿規模、実施時期、想定到達、役割及び予算配分。
- (5) 地上波テレビ CM を採用又は不採用とする理由。
- (6) 「緑の雇用」の対象別の普及宣伝方法。
- (7) オンラインガイダンス及びオンライン相談への誘導方法。
- (8) 既存広報業務との役割分担、既存素材の活用及び重複防止。
- (9) KPI、効果測定、改善方法及び既存広報を含む全体効果との区分。
- (10) 基本業務の工程、実施体制、承認方法、権利処理及びリスク管理。
- (11) 追加額 1 億円、2 億円及び 3 億円の場合の選択的追加業務案並びに基本業務との差分、追加的に見込まれる効果及び KPI。
- (12) 基本業務及び選択的追加業務の見積金額、費目別内訳及び積算根拠。

20. その他

- (1) 本仕様書に定めのない事項又は疑義が生じた事項は、本会と受託者が協議して決定する。
- (2) 企画提案により受託者が提案し、本会が採用した事項は、契約協議を経て本業務の履行内容に含める。
- (3) 本会は、補助事業上の要請、予算、社会情勢、媒体環境その他やむを得ない事情により、業務内容又は工程の変更を求める場合がある。

以上