

仕様書

広報部

1. 件名

NEDO の広報活動に関する調査

2. 目的

国立研究開発法人新エネルギー・産業技術総合開発機構（以下、NEDO）では、ホームページ等でのニュースリリースや SNS の活用等を通して、研究開発や社会実装の進展といった事業成果や、その実現に向けた NEDO の取組の積極的な発信に取り組んできた（マーケティング広報）。一方で、エネルギーや産業を取り巻く社会情勢が変化する中 NEDO が担う事業領域は拡大しており、NEDO への期待は一層高まっている。そのような中で、一般国民に対して、NEDO のミッションや存在意義を広く理解してもらうための取り組み（コーポレート広報）の重要性も高まっている。加えて、今後、我が国社会を支えることになる若年層に向けた訴求も、NEDO が広く国民理解の下で活動を続けていく上では重要となっている。

以上を踏まえ、本業務では、NEDO が取り組んできた広報活動に関する調査・分析を行うとともに、コーポレート広報・マーケティング広報、両方の視点から、広報効果を最大化するための目標設定、及び、広報施策の検討・実証等を行う。

3. 内容

本業務では、以下の項目を実施する。なお、実施に当たっては、調査の実施状況を適時 NEDO の広報施策にも反映できるよう、調査の進捗に即した頻度で、NEDO と実施状況の共有と調査の方向性についての確認を行い、本調査の目的に照らし、追加で実施すべき事項等が発生した際には、NEDO との協議を踏まえて適切に対処する。

(1) 広報活動の効果測定及び分析

有効な広報施策を講じることができているかを検証するために、定期的に効果測定及び分析を行う。加えて、測定、分析した結果をもとに課題の抽出および解決策を検討する。

具体的には、下述の通り、効果測定及び分析を行う。

① NEDO のプレゼンスに関する定点観測

NEDO のプレゼンスに関する WEB アンケート調査を年 1 回以上行う。

② メディア露出状況の把握・分析

NEDO に関連するメディア等への露出状況について情報収集・効果分析および課題分析を行う。情報の収集、分析にあたっては、下記項目を含めることとし、露出状況を以下 (a) に記載の頻度で速やかに収集し、NEDO に報告する。報告に際しては、迅速かつ適切に定期報告する方法を提案し、NEDO の了承を得た上で、業務を行う。

また、これとは別に、NEDO が特定テーマの報道状況についての調査を指示した場合には速やかに情報収集と報告を行う。

(a)NEDO 関連の報道等の露出状況の情報収集

<頻度：発生した都度>

- ・テレビ：NHK、民放キー局、準キー局、基幹局、ローカル局等

<頻度：週次>

- ・新聞：全国紙、東京地方紙、産業経済紙、業界専門紙、全国紙地方版、地方紙、英字紙
- ・雑誌：経済雑誌、週刊誌等
- ・ニュースサイト等の WEB メディア
- ・SNS 等のソーシャルメディア
- ・その他 NEDO から指定するもの

また、テレビに関しては録画データを、新聞・雑誌に関しては電子データでの露出状況の報告および収集記事を NEDO に送付する。

(b)露出状況の定量分析

(a)で収集した情報をもとに、テレビ、新聞、雑誌、WEB メディア等での露出効果を、広告換算額等の同一の基準によって定量的に測定・分析し、定期的に NEDO に報告すること。報告頻度は月 1 回以上とする。なお、定量的な測定の分析手法については、論理性、合理性、有効性などの観点からより妥当な新たな方法があれば、その提案も行うこと。

(c) 露出状況の定性的分析

(a)、(b) の分析を踏まえ、NEDO のメディア露出における課題と改善策を提案すること。報告頻度は四半期に 1 回以上とする。

③ NEDO が運用するホームページや SNS 等の効果分析

NEDO が運用するホームページ (HP) や SNS (YouTube、Facebook、Twitter) 等の広報ツールについて、現状分析を実施する。HP に関しては、NEDO が提供する解析情報の範囲内で、情報発信方法等の課題を分析する。また、SNS に関しては、登録ユーザ (フ

ォロワーやチャンネル登録者等)の現況、投稿の効果(インプレッションやエンゲージメント等)等の観点から分析を行い、SNSそれぞれの課題を整理する。

また、現状分析の結果等を踏まえ、HPに関しては2.の目的に即した有効かつ適切な情報発信を行うための最適な運用方針等を検討する。また、SNSに関しては、NEDOが目指すアカウント像の設定、各SNSに即したチャンネルカバーやアイコン等コンテンツの制作、広告配信の活用等、SNSの特性を踏まえた最適な運用方針等を検討する。

なお、広告配信については、検討した結果を踏まえ試行をすること。

(2) 広報効果最大化のための広報施策の整理、検討

本調査の目的を踏まえた上で、(1)で分析した結果を用いて、コーポレート広報とマーケティング広報のそれぞれの観点において、NEDOの広報ターゲットを整理し、各ターゲットに最適な広報施策について検討する。

広報施策の検討に当たっては、ニュースリリース、イベント、NEDO HP、動画、パンフレット、SNSでの情報発信等、NEDOの広報活動を俯瞰したうえで、各媒体が連携して効果的に情報発信ができるよう、NEDOのプレゼンス向上のための中長期的施策・短期的施策と、その施策の進捗を測る上での適切な目標設定(KGI、KPI)について検討を行う。

検討する施策には、①ニュースリリースの発信、②SNSの運用、③NEDO HPでの情報発信及びアクセシビリティなどの環境整備、④若年層向けの情報発信は必ず含めることとし、その他本調査の目的に照らし必要となる施策についても検討を行う。

本項目については、月1回を目安にNEDOと実施状況の共有と方向性の確認を行う。また、必要に応じて、NEDO及び委託先以外の外部専門家より、広報施策の方向性について、意見を聞く機会を設ける。

(3) コンテンツの制作・企画

広報効果を最大化するための施策の実証として、以下のとおりコンテンツを制作する。

① 動画の制作

現在NEDOが制作している「職員によるNEDOプロジェクト紹介動画」(NEDO職員が出演して、自らが担当するプロジェクトを解説するもの)等を年間6本程度、また、制作した動画の広告配信用にショート版動画の制作を行う。

また、NEDOの組織をPRする動画を短編と長編の2種類制作する。

なおNEDOの組織をPRする動画については、それぞれ日本語版と英語版の制作を行うこととする。

② イラスト作成

NEDOの取組、内容、成果を視覚的にわかりやすく伝えるために、パンフレット、HPに

掲載可能なイラストを 40 点程度制作する。

③ その他

(2)での検討結果を実証する上で、上記①②以外にも広報効果の最大化に資するコンテンツがあれば、必要に応じて制作を行う。

4. 調査期間

NEDO が指定する日から 2025 年 3 月 31 日まで

5. 報告書

中間調査報告書、調査報告書の電子ファイル一式を、所定の期日までに提出すること。
記載内容：「成果報告書・中間年報の電子ファイル提出の手引き」に従って、作成の上、提出のこと。<https://www.nedo.go.jp/itaku-gyomu/manual.html>

6. 報告会等の開催

委託期間中又は委託期間終了後に、成果報告会における報告を依頼することがある。