

仕様書

経営企画部

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）は、ニュースリリース発信や Web サイト、ソーシャルメディアの活用等を通して、研究開発や社会実装の進展といった事業成果や、その実現に向けた取組の積極的な発信に取り組んできた。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 が実施する事業領域は拡大しており、NEDO が担う役割は一層重要なものとなっている。この状況において、国民全般を対象とした広報活動の中でも、特に NEDO 事業への参画や制度の活用、成果の社会実装を後押しするため、産業界等に対して、NEDO のミッションや役割を理解してもらい、NEDO を活用していただくための取り組みの重要性が高まっている。

以上を踏まえ、本業務では、NEDO が取り組んでいる広報活動に関する調査・分析を行い、NEDO の広報効果を最大化するために、必要となる具体的な広報施策の検討・実施、及び NEDO の広報業務を効率化するために必要な業務の委託等を行う。

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 独自で実施する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られ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 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、(a)～(c)の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。

なお、情報収集にあたっては、可能な限り記者名を掲載すること。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

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もしくは紙資料での露出状況の報告および収集記事を NEDO に送付する。なお、2025 年 4 月 1 日以降の露出状況の把握について努めること。

(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、広告換算額やリーチ数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。

② NEDO が運用する Web サイトやソーシャルメディア等の効果分析

NEDO が運用する Web サイト（NEDO 公式 HP、NEDO Web Magazine）やソーシャルメディア（YouTube、Facebook、X、LinkedIn）等の広報ツールについて、現状分析を実施する。

Web サイト・ソーシャルメディアを利用する事により、国内外に向けた効果的な発信

を行うための社会の動きやトレンドを調査し、具体的な施策を検討する。また、Web サイト及び YouTube 等で NEDO が所有する動画等の既存コンテンツを整理し、より効果的に活用するための手法を検討する。その中で、生成 AI の活用など、新たなツールを取り入れた手法についても検討すること。

Web サイトに関しては、効果的かつ効率的に掲載することを目的として、NEDO が提供する解析情報の範囲内で、アクセス解析、多角的な効果測定を実施し、情報発信方法等の課題を分析する。

ソーシャルメディアに関しては、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、より効果的な情報発信となるようにソーシャルメディアそれぞれの課題を整理する。

(2) 広報効果を最大化するための広報施策の検討・実施

(1) で分析した結果を用いて、NEDO が広報ターゲットとしている層への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、Web サイト、ソーシャルメディア、動画、パンフレットでの情報発信等、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、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手法、②NEDO 公式 HP の改善提案及び NEDO Web Magazine の運用方針と情報発信、③ソーシャルメディアの効果的な投稿と運用マニュアルの作成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) コンテンツの企画・制作

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企画し、制作する。

① Web サイト

NEDO が運用している NEDO 公式 HP 及び NEDO Web Magazine について、3.(1) の②や 3.(2)で行った分析や施策の検討などをもとに、NEDO Web Magazine サイトの効果的な運用を行うとともに、コンテンツを届けるターゲットを設定した上で、ページデザインやコンテンツの検討・企画、制作を行う。

② ソーシャルメディア

NEDO が活用する各ソーシャルメディアについて、カバーやアイコン、効果的投稿のための画像等のコンテンツ制作を行う。加えて、NEDO が運用している YouTube チャンネル（NEDO Channel、NEDO PR Channel）について、3.(1)の②や3.(2)で行った分析や施策の検討などをもとに、YouTube チャンネルの運用を行うとともに、コンテンツを届けるターゲットを設定した上で、コンテンツの企画、制作を行う。

③ 広報誌・リーフレット・動画等

①、②に加えて、NEDO が制作する広報誌・リーフレット・動画等について、現状不足しているものや強化すべきものについて検討する。また、効果的な発信のタイミング・頻度・方法等についても検討の上、これらのコンテンツを企画・制作する。

④ その他

制作するコンテンツについては、原則、海外向けの情報発信として英語化も行う。また、(2)での検討結果を実証する上で、上記①、②、③以外に広報効果を最大化するための施策に沿って、必要に応じてコンテンツを企画・制作する。

(4) 広報効果最大化のための危機管理広報対応

① 危機管理広報研修

当機構の事業にて問題等が発生した際に、適切なメディア対応を実施するための参考となる危機管理広報研修を機構内役職員に実施する。研修の実施に当たっては、一般的な危機管理広報の要素に加え、本業務で調査・分析した内容を踏まえた内容を検討すること。受講対象者は1回100名程度を想定し、対面形式とオンライン形式のハイブリッドでの開催も可とする。具体的な日程は発注者と調整のうえ決定することとし、時間は60分間から90分間で、年間2回以上実施すること。

なお、当研修をオンライン形式で実施する場合には、Microsoft Teams を使用し、必ず研修実施日の5営業日前までに1回以上発注者と接続テストを実施すること。

② 広報アドバイザー業務

危機管理広報全般や、日々のメディアとのコミュニケーションにおいて各種報道機関から機微な問合せを受けた際の適切な対応について専門家に随時相談できる体制を構築する。

4. 調査期間

NEDO が指定する日から2027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。