

仕様書

1. 調達概要

業務名称：2026 年度 SNS とセミナーを融合した地層処分事業理解促進コンテンツの
企画・制作・運營業務

- 発注者：原子力発電環境整備機構（以下「当機構」という）
- 調達方式：一般競争入札（価格点と技術点の総合評価方式）
- 契約期間：契約締結日～2027 年 2 月 26 日（金）
- 開催時期：2026 年度 第 3 四半期（予定）
- SNS プラットフォーム：定量計測が可能なプラットフォームを検討し提案
セミナー開催形態：大都市 1 会場でのリアル開催＋同時配信＋アーカイブ配信
（一般プラットフォームで一般公開）
- セミナー全体尺：120 分（会場・同時配信共通）

2. 業務目的

10 代後半から 20 代の方々を中心に地層処分事業をよく知らない方々に、次の 3 つのメッセージを発信し、理解向上を図る。

- 地層処分は先送りできない課題であること。
- 調査を行っている地域だけでなく全国で考えるべき課題であること。
- 自分の問題として考えるべき課題であること。

「インフルエンサー起点の SNS 話題形成」と「都市部リアルセミナー」を融合させることで、「知らないテーマ」を「考えるテーマ」へ転換し、全国への広がりを可視化する。

3. 企画の基本方針（必須）

- 賛否の誘導を目的とせず、「疑問（問い）」を軸に冷静な参加・理解を促すこと。
- SNS を施策の起点（話題形成・疑問回収）として位置付け、SNS 上で得られた疑問・質問・投票結果・反応を分析し、リアルセミナーの内容・演出・Q&A へ反映させること（双方向性）。
- 配信視聴者を意識し、単一の長尺講演に偏らず、短いコンテンツ単位の組み合わせを基本とすること。
- 発信内容の正確性・中立性・表現配慮を当機構監修のもと担保すること。

3.1 SNS→リアル反映の運用要件（必須）

SNS の話題形成が「軽い告知」に留まらないよう、以下の循環（ループ）を必須要件とする。

1. 話題の設計（疑問軸・クイズ・投票・質問募集の設計等）
2. 話題の発火（出演者連動を含む投稿・配信・コラボ等）

3. 反応回収（質問・コメント・引用・投票・保存等の定量回収等）
4. 分析・編集（論点整理、FAQ化、誤解ポイントの特定等）
5. セミナー反映（アジェンダ、投票テーマ、台本、スライド、Q&Aコーナー等への反映等）
6. 開催後の再放流（ハイライト／ダイジェスト／特設サイト誘導等）

補足）本仕様における「疑問軸」とは、賛成／反対などの態度表明を促す設問ではなく、生活者が自然に抱く「わからない」「気になる」「どういう仕組み？」「どうやって決まる？」といった理解ギャップを起点とする問いを指す。

SNS上では、質問募集・クイズ・投票等の参加行動を通じて当該疑問を回収し、分類・整理したうえでセミナーのQ&A、投票テーマ、説明順序、資料等に反映することを前提とする。

上記を実行するため、週1回程度の「定例会議」を実施し、受託者は毎週の成果物を提出すること（詳細は6章）。

4. SNS 施策（必須：事前／当日／事後）

SNS 施策は「告知補助」ではなく、本事業の起点として事前に話題形成・疑問回収を行い、次章の「セミナー実施要件」（内容・演出・Q&A等）へ反映するためのインプットを形成する。受託者は本件専用のSNSアカウントを準備し、計測設計を含む統合プランを提案すること。

4.0 標準施策および代替案の取扱い（共通）

本章4.1～4.3の各フェーズは必須であり、各フェーズで定義する必達アウトカムを満たすことを必須要件とする。

各フェーズに列挙する施策は、当機構が想定する標準施策（基本案）である。提案者は原則として標準施策をベースに提案すること。

ただし、必達アウトカムの達成に資する場合に限り、標準施策と異なる手段（代替案）の提案を妨げない。代替案を提案する場合は、次の事項を提案書内に明記すること。

- ①必達アウトカムとの対応（どのアウトカムを、どの要素で担保するか）
- ②実施方法（運用フロー、制作物、投稿／配信／導線等の具体的内容）
- ③標準施策と同等以上の効果が見込める理由（根拠）

4.1 事前フェーズ：話題形成

（必達アウトカム）話題形成・疑問回収・セミナー参加動機の醸成・全国への広がり可視化。

（標準施策：基本案）

- 登壇者出演のショート動画シリーズを複数本制作・配信（SNSを中心に展開）

- クイズ、投票、質問募集等を行いセミナー参加動機を醸成
- 公式固定タグ等（名称は受託者提案）を設定し、投稿の収集・分析および全国への広がり可視化に用いる。
- 回収した疑問・質問はカテゴリ分けし、セミナー反映候補として整理する（定例会議で共有）。
- 特設サイトへの誘導を最大化するため、Web 広告等の施策（有料出稿を含む）を提案し、必要に応じ実施する。
- その他、効果的な施策があれば提案する。

4.2 開催フェーズ：拡散設計

（必達アウトカム）当日の拡散促進・双方向参加の成立・反応データの獲得・全国への広がり可視化。

（標準施策：基本案）

- セミナー中に撮影・投稿可能な時間帯を設定し拡散を促す。
- 撮影可否範囲、禁止事項、肖像・著作権、導線、注意喚起、炎上対策を事前設計。
- 会場・配信双方の双方向施策（投票／クイズ／質問採用等）を実施し、参加体験と反応データを獲得し、全国への広がり可視化に用いる。
- その他、効果的な施策があれば提案する。

4.3 事後フェーズ：更なる投稿促進

（必達アウトカム）開催後の再放流による理解促進・情報拡散・特設サイト誘導・全国への広がり可視化。

（標準施策：基本案）

- 超ダイジェスト（15 秒程度）を制作し特設サイト等へ誘導。Web 広告等の施策（有料出稿を含む）を提案し、当機構と調整の上、実施する。
- 出演者によるアフタートーク等、投稿を促す導線を設計。
- 特設サイトに講演録（サマリー／詳細）とアーカイブ映像を掲載。
- 事後の反応も収集し、全国への広がり状況を可視化。
- その他、効果的な施策があれば提案する。

5. セミナー実施要件

本章は、前章の SNS 施策で回収した疑問・質問・投票結果等を反映し、来場者・配信視聴者が楽しみながら理解を深められるようにセミナー（リアル開催＋同時配信＋アーカイブ）の実施要件を定める。

5.1 開催形態（必須）

- 大都市でのリアル開催（1 会場）
- 会場参加：200 名程度以上の集客を目標

※2025 年度実績：来場 182 名（申込総数：269 名）

同時配信およびアーカイブ配信：延べ 80,000 再生回数を目標（セミナー開催後 1 カ月）

- 会場・配信双方で参加できる投票／クイズ／質問等の仕掛けを設計
- 本編全体尺：120 分
- 10 代後半から 20 代を中心とした集客の最大化と登壇候補者スケジュール及び会場確保状況を勘案し、開催日を提案する。
- 会場案については、仮予約を行うことを原則とするが、仮予約が出来ない場合は、提案時に他の予約がないことを確認した上で提案する（複数会場提案可）。

5.2 開催地（会場）要件（原則＋代替提案）

原則として首都圏（東京）開催を想定する。ただし、登壇者・集客・配信品質・SNS 拡散最大化の観点でより効果的な開催地がある場合、代替開催地を提案できる。

- 集客見込み（根拠）
- 登壇者スケジュール整合（出演可否の見立て）
- 会場案（収容・アクセス・配信環境・導線・撮影運用）
会場案については、仮予約を行うことを原則とするが、仮予約が出来ない場合は、提案時に他の予約がないことを確認した上で提案する。
- コスト・運営負荷の差分（東京案との比較）
- リスクと対策

会場及び開催地は契約後、当機構と協議のうえ正式決定する。

5.3 出演者構成（必須）

出演者は原則として以下の構成を参考とし、計 3～4 名程度を目安とする。
（登壇者イメージ）

- 10 代後半から 20 代への影響力が強いタレント／インフルエンサー：
1 名（SNS 話題形成の起点、共感・自分ごと化の促進）
- トーク等、場の進行ができるタレント：
1～2 名（会場・配信の体験設計、テンポ・分かりやすさの担保）
- 有識者：正確性・中立性担保のため確保すること（登壇形態は提案可）

【キャスティング提案要件（必須）】

- 各枠につき第 1 及び第 2 候補を提示。本セミナーへの登壇が可能なことを確認の上、提案する。
- 候補ごとに「起用理由／想定 SNS 協力範囲（事前・当日・事後）／権利許諾範囲／リスク評価と代替案」を明記。
- 最終決定は当機構との協議により行う（中立性・安全性・表現方針に基づく）。

5.4 配信プラットフォーム（必須）

配信は、受託者にて独自の配信用ドメインを取得の上、一般プラットフォームで一般公開する（例：YouTube 等）。受託者は、配信の安定性（回線・冗長化等）、アーカイブ公開、権利処理、コメント欄等の運用（モデレーション、緊急停止判断）を含めて設計すること。

6. 運営関係

本章は、SNS 施策（話題形成・疑問回収）と連動しつつ、リアル開催（会場）および同時配信・アーカイブ配信を円滑に実施するための運営要件を定める。

6.1 印刷物（必須）

- 本件のチラシ、ポスターを制作する。リアル開催セミナーの告知にとどまらず、SNS 戦略での話題形成や情報拡散についても資する内容とする。
（印刷仕様） チラシ A4 両面カラー 2,000 枚
ポスター A1 片面カラー 100 枚
（送付先） 全国 20 箇所（各電力会社、経済産業局等）※契約後に指示予定

6.2 特設サイト（必須）

- 受託者は本件独自のドメインを取得し、当機構外のサーバーにて特設サイトを設置する。
- 特設サイトは、本件のポータルとして、①セミナー参加申込機能、②配信視聴機能（同時およびアーカイブ）、③講演録・ダイジェスト等の閲覧導線、④FAQ/問合せ受付機能等を備える。
- 特設サイト上の掲載物（原稿、画像、動画、講演録等）は当機構の監修を前提とし、更新履歴（日時・更新内容）を残す。
- 特設サイトの構築にあたっては、TLS 等の通信暗号化、WAF や脆弱性対策、アクセスログ監視等による不正アクセス防止策を講じる。
- 特設サイトは委託期間満了前に当機構公式サイトへ移管する（移管手順・必要データ一式を受託者が整理のうえ提出）。

6.3 参加申込受付・問合せ対応（Web・電話必須）

- 受託者は、特設サイト等を通じて参加申込受付を行い、申込者情報の適切な管理（重複排除、定員管理、申込完了通知、リマインド等）を実施する。
- 申込受付にあたっては、電力関係者を識別（自己申告）できる設計とし、当機構の方針に沿って取扱いを行う。
- 必要に応じて、参加証の転売対策（受付での確認導線、注意喚起、無効化方針等）を提案・実施する。
- 本件に関する問合せ窓口（Web および電話）を必須で設け、FAQ 整備・エスカレーション導線（当機構連絡含む）を用意する。電話問合せについてはコールセンターを設置し、電話回線は通話料無料サービス（フリーダイヤル等）を利用する。

（運用条件）電話問合せ（コールセンター）は平日（祝日除く）を基本とするが、リアルセミナー開催日など問い合わせが想定される日は、休日であっても対応する。

対応期間は 3 カ月間を想定し、想定件数は電話 50 件、Web 問合せ 50 件とする。

受託者は当該条件を前提に、体制・受付時間・SLA（折返し/返信目安）を設計し、見積および運用計画に反映すること。

- 取得した個人情報には目的外利用を禁止し、暗号化等のセキュリティ対策を施す。セミナー終了後は、当機構の指示に従い適切に破棄する（目安：セミナー終了後1週間程度）。

6.4 会場運営（リアル開催）・導線設計（必須）

- 会場は、収容200名程度以上（スクール形式等）を目安に、アクセス性・配信環境・導線を踏まえて確保する。
- 会場内の受付・待機・客席・ステージ・展示・撮影可否範囲等について導線設計を行い、案内表示・スタッフ配置計画を作成する。
- 登壇者打合せ室、控室、運営本部等の必要諸室を確保し、リハーサル（進行・配信・投票等を含む）を実施する。
- 当機構が持ち込む展示物（A1パネル、模型等）を所定エリアに展示できるよう調整し、設営・撤去計画を作成する（展示説明は当機構が実施）。
- 会場での撮影・投稿可能時間帯を設ける場合は、注意事項（禁止事項、肖像・著作権、撮影範囲、投稿ルール）を事前に整理し、会場内で周知する。
- 安全対策（雑踏・転倒・災害・急病等）および異常時対応（避難誘導、連絡体制、配信停止判断、異苦情対応等）を取りまとめた運営マニュアルを当機構と調整のうえ作成し、当日の運営を実施する。

6.5 配信運用（同時配信・アーカイブ）およびモデレーション（必須）

- 同時配信は一般プラットフォームで一般公開し、回線冗長化、音声・映像品質、配信監視体制を含む安定運用を設計する。
- コメント欄等の運用（モデレーション方針、NG判断、緊急時の制限・停止基準）を事前に定め、当日運用する。
- アーカイブ公開に向けて、収録データの保全、編集工程の管理、公開スケジュールの提示を行う。

6.6 当日速報・運営後報告（必須）

- セミナー終了後30分以内を目安に、来場者数および同時配信視聴者数等の速報を当機構へ報告する。
- 当日の運営上の特記事項（トラブル、問い合わせ傾向、拡散状況等）を整理し、定例会議および実施報告書に反映する。
- 機構が内外へ行う実績報告にて使用可能な報告用写真（登壇者全員のロングショットなど数点）を提出する。

7. 成果物

7.1 企画・運営

- 全体企画書（目的・ターゲット・設計・KPI・リスクなど）
- 工程表（WBS）／体制図／リスク管理表

（SNS 運用関連成果物）

- SNS 運用設計書（投稿カレンダー、投稿文案テンプレ、クリエイティブ制作方針、コミュニティ対応方針など）

- SNS 運用ログ／投稿一覧（実績、反応、学びの整理を含む）
- 疑問・質問の分類一覧および反映トラッキング（回収→採用→反映の対応表）
- 定例会議資料一式（後述）

（必須）定例会議資料

- SNS 反応サマリー（全国への広がり、の可視化状況など）
- 論点整理（疑問 TOP、誤解ポイント、FAQ 案）
- セミナー反映指示案（採用質問、投票テーマ、スライド差し替え候補等）
- 今後の投稿計画（出演者連動を含む）

（セミナー運営関連成果物）

- 台本（進行台本、出演者ブリーフ、想定 QA）
※具体構成は受託者提案に基づき当機構と協議
- 会場運営マニュアル（導線、受付、撮影運用、緊急時対応等）

7.2 制作物

（事前フェーズ制作物：SNS 話題形成）

- 事前ショート動画一式（編集済＋素材）

（開催フェーズ制作物：リアル／配信）

- 同時配信マスター（収録データ）

（事後フェーズ制作物：再放流・情報拡散）

- アーカイブ映像（フル尺）
（編集要件）アーカイブ映像は、チャプター分け、テロップ追加、不要箇所トリミング、MA 等を行い、視聴しやすい形に整える。
（公開要件）開催後 1 週間を目途に特設サイト等で配信開始する。編集完了までは開始前・終了後等の不要部分をトリミングした暫定版を配信する。
- ダイジェスト映像（前編 10 分／後編 10 分）
- 超ダイジェスト（15 秒程度）
- 特設サイト一式（ページ、掲載原稿、画像等）
- 講演録（サマリー版／詳細版）

7.3 効果測定・報告

- SNS／配信／サイト分析レポート（数値、考察、次年度示唆）
- SNS 拡散状況可視化資料（ヒートマップなど）
- アンケート設計票・集計結果（ローデータ含む）
- 実施報告書（実施概要、参加者属性、KPI 達成度、改善提案）
（サイト分析）特設サイトのアクセス実績は、ページ別・時系列別・地域別に集計し、誘導施策（SNS 投稿、Web 広告等）との関係を示す。
（告知・誘導）Web 広告等の有料施策を実施した場合は、出稿条件、クリエイティブ、配信実績（表示/クリック等）を整理し報告する。

(アンケート要件) アンケートは来場者および配信視聴者を対象とし、電力関係者は対象から除外する。

(アンケート速報) 翌営業日を目途に回答結果を取りまとめた集約速報版を提出する。

(アンケート詳細分析) 別途指定する時期までに、属性等と回答内容とのクロス集計および評価を含む詳細分析版を提出する。

(改善提案) 2027年度以降のセミナーの改善および機構が実施する広報施策全体の検討に資する助言、改善を提案する。

8. KGI/KPI (必須)

8.0 KGI (最終成果指標)

来場者及び配信視聴者アンケートにおいて、下記2設問それぞれの賛同率が80%以上(両設問とも)であることをKGIとする。

- 「地層処分事業は先送りできない問題である」
- 「地層処分事業は日本全国で考えないといけない課題である」

上記KGIの達成に向け、SNS 起点→反映→リアル/配信→事後拡散の一連の狙いが定量的に評価できるよう、以下に例示するKPI群を提案し、算出根拠とともに提示すること(契約後、当機構と協議のうえ確定)。

8.1 SNS (主としてX) KPI (例)

- 疑問・質問投稿数(質問募集投稿への返信・引用を含む)
- 投票参加数/投票率
- 引用ポスト数(議論の発生指標)
- エンゲージメント率(投稿種別別)
- 指定タグ投稿数(全国への広がり可視化)

(注) 上記「エンゲージメント率」は、Xアナリティクス上のエンゲージメント(いいね、リポスト、返信、フォロー、クリック等の投稿に対するアクション総数)をインプレッションで除して算出する総合指標を指す。

8.2 反映 KPI (例)

- 回収質問数に対する採用質問数(採用率)
- SNS由来の反映項目数(例:反映スライド枚数、反映コーナー本数)
- 反映リードタイム(SNS反応→反映決定までの日数)

8.3 リアル/配信 KPI (例)

- 会場参加者数(目標200名程度以上)。
- 配信視聴者数延べ80,000人以上(1か月間)を目指す。
- 同時配信視聴数/平均視聴時間(維持率)。

8.4 当日/事後拡散 KPI (例)

- アーカイブ再生数(フル尺・ダイジェスト・超ダイジェスト)。

- 特設サイト遷移（クリック）数・滞在・回遊。
- 当日投稿数（撮影可能枠の拡散効果）。

9. 品質・コンプライアンス（必須）

- 当機構の掲げる経営理念に則り、かつ、当機構の事業の社会的影響の大きさに特に留意して誠意をもって委託業務を実施する
- 正確性・中立性の担保（当機構監修、誤情報防止）。
- 炎上対策（事前チェック、監視、緊急時対応、投稿停止基準）。
- 個人情報保護（申込・アンケートの目的外利用禁止、適切管理）。
- 権利処理（肖像・著作権・二次利用）。
※講演録は翌年度末（テキスト部分及び登壇者全員のロングショット1点以上は残置）まで、アーカイブ映像等は実施後6カ月間以上コンテンツを使用できる権利を取得する。また、その他の制作物も含め公開に関する権利が委託期間終了後に満了となり、掲載削除もしくは修正などが必要となる場合は、報告書に引き継ぎ事項を明記する。
- 著作権等の引用・使用にあたっては、引用範囲や使用制限等を事前に権利者へ確認し、必要な許諾を得る。確認した日付・相手・内容は当機構へ報告する。
- 当機構への報告および当機構からの指示については、適宜書面（メール等）により記録し、履歴として整理・保存する。
- 遵守・禁止事項：金銭・便宜等の提供を伴う参加者募集、意図的な参加者の選別及び発言の誘導を行わないことに加え、当機構の事業の公正性、透明性及び信頼性を棄損する行為を行わない。
- アクセシビリティ配慮（字幕、見やすさ、音声明瞭性）。
※映像コンテンツの字幕については、手入力などで正しい表示を行う。
- 反社会的勢力排除（再委託先・出演者含むチェック）。
- 障害者差別解消法に則った運営を行う。

10. 実施体制（必須）

PM、SNS 運用責任者、配信技術責任者、会場運営責任者を明確にし、緊急連絡網（休日含む）を整備すること。

11. 再委託

再委託は合理的範囲で認めるが、実施する場合は事前に当機構の承認を得ること。

12. 検収

成果物が本仕様を満たし、指定環境で再生・表示でき、権利処理の裏付けが提出され、KPI 関連データが提出されたことをもって検収とする。

（成果物提出形態）7.1 企画・運営から 7.3 効果測定・報告まで記載の資料のうち、定例会議資料以外のものを取りまとめの上、文書及びデータに

て提出する。ドキュメントの電子データは PDF 形式を原則とする（アンケートのローデータ等は Excel 形式等）。CD2 セットおよび図書 2 部を提出する。

（提出先）〒108-0014 東京都港区芝四丁目 1 番 23 号 三田NNビル 2 階
原子力発電環境整備機構 広報部 地域コミュニケーショングループ
担当者：山田 毅 電話：（03）6371-4003（代表）

以上。