

## 仕 様 書

### 第 1 件名等

#### 1 件名

裁判員制度広報（新聞広告，インターネットバナー広告）の企画，制作，広告掲載等実施業務

#### 2 調達の目的

裁判員制度実施後，制度の内容や運用状況等，制度に関する正確な情報を広く国民に周知し，国民の更なる理解と信頼を得て，国民の制度への参加意欲を向上させるなど，制度の早期定着を図ることを目的とする。

#### 3 概要

本仕様書は，裁判員制度広報における新聞広告，インターネットバナー広告（以下「新聞広告等」という。）の企画，制作，広告掲載等の実施業務の調達内容について定めるものである。

#### 4 契約期間

契約日から平成 22 年 3 月 31 日（水）までとする。

### 第 2 提案項目の前提となる主要な情報等

#### 1 裁判員制度の概要

裁判員制度は，国民の中から選ばれた 6 人の裁判員と 3 人の裁判官が協働して，刑事訴訟事件の審理，判決をする制度であり，平成 16 年 5 月成立の「裁判員の参加する刑事裁判に関する法律（平成 16 年法律第 63 号）」（いわゆる「裁判員法」）により導入され，平成 21 年 5 月 21 日に施行される。

裁判員制度の概要や，Q & A，これまで制作してきた映像ツール等については，裁判員制度ウェブサイト[ <http://www.saibanin.courts.go.jp/> ]に掲載しているので，参照されたい。

#### 2 今後の広報活動の方向性等

##### (1) これまでの裁判員制度広報

最高裁判所においては，平成 16 年の裁判員法の成立後，法務省，日本弁護士連合会等の関係機関と連携の上，裁判員の役割，選任手続・審理・評議の具体的なイメージなど，裁判員制度の内容についての周知や，国民各層の関心，疑問等に応じたきめ細かい情報提供を重視し，積極的な広報活動を行ってきた。

##### (2) これまでの裁判員制度広報の効果（平成 20 年 3 月意識調査）

最高裁判所が平成 19 年度に実施した意識調査では，裁判員制度の認知率は約 9 割，参加意向は，義務的参加（「義務なら参加やむなし」）を含めれば約 6 割に達し，裁判員制度実施が可能な水準ではないかと考えている。

しかし，「（あまり）参加したくない」との消極的な回答もなお多く，裁判員制度の円滑な実施・定着のためには，裁判員制度に対する一層の理解，参加意欲の一層の向上が必要である。

なお，裁判員制度に対する認知事項が増えるほど，参加への不安や負担感が減り，

参加意欲が高まる傾向があることも分かっているところである。

### (3) 裁判員制度実施後の平成21年度の広報の必要性

裁判員制度は平成21年5月21日に施行されること、その制度実施後の広報活動のスタンスは、「制度の定着に向けた国民からの信頼の形成」という点にある。

また、平成19年度における参加意欲の状況(2)参照)をも踏まえると、制度実施直後は、今まで以上に国民の制度に対する現実感のある関心が高まる中で、更に裁判員制度に対する国民の不安感や負担感も現実化してくることが予想されることである。さらに、制度が実施されれば、その実施状況を踏まえ、様々な報道がなされることも予想され、その内容によっては、報道に触れた国民が、新たな不安や疑問を持つことも予想される。これらの予想される状況からは、国民の参加意欲への影響も懸念されることである。

そこで、平成21年度の裁判員制度に関する広報活動においては、制度が運用されている状況にも照らし、国民に対し、裁判員制度の運用状況等に関する正確な情報を提供する形で実施していく必要がある。

### (4) 平成21年度の裁判員制度広報活動のイメージ

#### ア 平成21年度に伝えるべき情報について

(3)のとおり、裁判員制度の内容や運用状況等、裁判員制度に関する正確な情報を国民に伝えていくべきであると考えている。すなわち、裁判員制度実施初年度である平成21年度に伝えるべき情報は、裁判員制度の運用状況、裁判員制度内容の基本情報(裁判員の役割や選任手続・審理・評議の具体的なイメージ)についてである。

の「裁判員制度の運用状況」を国民に情報提供していくに当たっては、裁判員経験者の感想や、初年度の実施件数、出頭した候補者の数、平均審理日数等のデータを紹介することなどを想定している。特に、実際に裁判員を経験した国民の生の声は、裁判員制度の運用状況について、裁判所が詳細に説明するよりも、国民に伝わる力のはるかに大きいので、裁判所としては、裁判員制度をプラスに評価するものだけでなく、疑問を呈するものも含め、裁判員経験者の感想を国民に伝え、裁判員制度への理解と協力を訴えていきたい。

の「裁判員制度内容の基本情報」については、これまでの広報でも積極的に情報提供してきたが、(2)にあるように、平成19年度においてもいまだに裁判員裁判に「(あまり)参加したくない」との消極的な回答も多かったところである。一方で、裁判員制度に対する認知事項が増えるほど、参加への不安や負担感が減り、参加意欲が高まる傾向があることも分かっているところであり、今後も引き続き「裁判員制度内容の基本情報」について情報提供していきたい。

#### イ 平成21年度における具体的な裁判員制度広報活動のイメージ

##### (ア) メディア広告(新聞広告、インターネットバナー広告)

新聞広告については、名簿記載通知の前(平成21年10月ころ)及び年度末(平成22年3月ころ)に、集中的に実施する。前者は、裁判員制度実施2年目の名簿記載通知を控えて、裁判員制度への関心が高まる時期をねらって、裁判員制度の基本情報や裁判員裁判の実施状況を伝える。後者は、裁

判員制度実施初年度の実施状況を，その詳細なデータが揃う年度末に裁判員経験者の感想等とともに伝える。

インターネットバナー広告については，新聞広告の掲載内容や掲載時期等を勘案の上，新聞広告と統一的なイメージで，効果的な時期に実施し，ウェブサイト等への誘因を図る。

(イ) インターネット関連（裁判員制度ウェブサイト等）

裁判員制度ウェブサイト上に，ビジネスマン，主婦等のターゲット別のコンテンツを作成したり，裁判員制度実施庁ごとの専用ページを設けるなどして，閲覧者が欲しい情報に容易にアクセスできるようにするほか，「裁判員制度Q & A」コーナーを充実させるなどして，裁判員制度に関するきめ細かい情報提供を実施する。裁判員制度の実施状況に関する情報も随時提供していく。

(ロ) 広報ツール

裁判員制度広報を実施していくに当たって，裁判員制度内容の理解に効果的な広報ツールを利用していく。広報ツールには，「裁判員制度ナビゲーション」，「よくわかる！裁判員制度Q & A」などの各種パンフレット，裁判員制度広報用映画のDVD等がある。

(ハ) 各地での説明会等

各裁判所が行っている各地での説明会等は，裁判所と参加者の質疑応答により，参加者の関心・疑問に応じた情報提供が可能で，裁判員制度の内容の理解に効果的である。裁判員制度に対する認知事項が増えるほど，参加への不安や負担感が減り，参加意向が高まる傾向があることが分かっていることから，裁判員の役割や選任手続・審理・評議の具体的イメージなど，裁判員制度の内容についての周知や，国民各層の関心，疑問等に応じたきめ細かい情報提供を重視し，平成21年度を通じて実施するほか，5月の制度実施直前には，集中的に実施する予定である。

(5) 法務省や日本弁護士連合会との連携

これまでも，法曹三者の共催・協力による裁判員制度広報行事の実施など，法務省や日本弁護士連合会と連携して，効率的な裁判員制度広報活動の実施に努めてきたところである。平成21年度も，法務省や日本弁護士連合会との適切な連携を図り，裁判員制度広報活動を実施する予定である。なお，連携を図るに当たり，重複を避け，効率的な広報を行うために，裁判所と法務省で表現イメージを共有して裁判員制度広報活動を行う可能性がある。

### 第3 調達範囲

請負者は，以下についての企画，制作，広告掲載等の実施業務を行う。

なお，各広告媒体においては，タレントの起用を必須とはしない。

#### 1 新聞広告

(1) 仕様（掲載対象等）

別紙1の第1記載のとおり

(2) 業務の範囲及び内容

## ア 企画，制作

- (ア) 新聞広告の具体的な表現内容は，別紙 2 の「平成 21 年度新聞広告のイメージ」を骨格として，契約締結後，最高裁判所と請負者が協議して定める。
- (イ) 新聞広告の具体的な表現内容を定めるにあたり，必要となることが想定される情報（裁判員制度の内容の基本的な情報や，制度の運用状況に関する情報，初年度の運用状況に関するデータ，裁判員経験者の感想等）については，契約締結後，最高裁判所から請負者に対し提供する予定である。
- (ウ) 新聞広告の校正回数は 3 校正を基準とする。ただし，広告の目的に達しない場合には，請負者は再校正を行うものとする。
- (エ) 新聞広告の構成は，キャッチ・コピー，ビジュアル（写真若しくはイラスト）及びボディー・コピーを必須とする。
- (オ) クレジットとして，最高裁判所，法務省及び日本弁護士連合会を明示するものとする。

## イ 製版

各掲載紙の入稿方法に応じ，確定原稿から電子入稿仕様の電子データ，ネガ，紙焼きを作成する。

## ウ 広告掲載

各掲載紙に対する広告掲載手続を行う。

## エ 納品

- (ア) 掲載した新聞について，掲載後 1 週間以内に，全国紙及びブロック紙については各 7 部，地方紙については，任意の 1 紙のみ 7 部とし，それ以外は各 2 部提出する。
- (イ) 念校（入稿データ）の PDF データを作成し，CD-R に保存して，念校作成後 1 週間以内に最高裁判所（東京都千代田区隼町 4 番 2 号）に提出する。

## 2 インターネットバナー広告

### (1) 仕様（掲載対象等）

別紙 1 の第 2 記載のとおり

### (2) 業務の範囲及び内容

#### ア 企画，制作

- (ア) インターネットバナー広告の具体的な表現内容は，契約締結後，最高裁判所と請負者が協議して定める。
- (イ) インターネットバナー広告の校正回数は 3 校正を基準とする。ただし，広告の目的に達しない場合には，請負者は再校正を行うものとする。

#### イ 広告掲載

各サイトに対する広告掲載手続を行う。

なお，広告掲載時に(1)に記載の仕様が存在しない場合には，これと同等の仕様によるインターネットバナー広告を掲載するものとし，具体的な掲載サイト等については，最高裁判所と請負者が協議して定める。

## 3 広報効果の測定

### (1) 業務の範囲及び内容

本業務に関する広報効果の測定を以下のとおり行うものとする。

なお、その際の具体的な調査項目等については、契約締結後、最高裁判所と請負者が協議して定める。

ア 時期及び回数

(ア) 事前調査（平成21年9月ころ）

(イ) 事後調査（平成21年11月ころ）

イ 調査対象

20歳以上の男女

ウ サンプル数

事前調査及び事後調査ともに有効サンプル数2,000

エ 調査方法

インターネット調査

オ 調査地域

全国（調査サンプルが特定の都道府県に集中することがないように留意すること。）

カ 調査項目数

10項目程度

(2) 成果物

請負者は、調査結果のPDFデータを作成し、CD-Rに保存して、平成22年3月31日までに提出する。

第4 その他

1 スケジュールの作成

契約予定日から出稿までのスケジュールについて、明確かつ詳細に作成する。

2 入札参加条件

(1) 新聞広告等の企画から出稿まで一括して管理運営できる能力を有すること。

なお、業務の再委託を行う必要のある場合には、再委託先の責任体制を含めた業務遂行の管理能力を有すること。

(2) 新聞広告等の企画、制作に当たり、裁判員制度について正確にかつ分かりやすく表現できる能力を有すること。

(3) 新聞広告等を企画、制作するに当たり、本業務に常時従事する者を確保できる体制を有すること。

(4) 本業務を遅滞なく遂行できる能力を有すること。

また、入稿データ作成前段階において変更が生じた場合にも対応できる能力を有すること。

3 請負者の責務

(1) 請負者は、契約後速やかに責任者を選任し、最高裁判所に届け出るものとする。

なお、責任者には、本業務を実施するために必要な能力、経験を有する自社の者を選任するものとする。

(2) 請負者は、不測の事態により、定められた期日までに本業務を完了することが困難になった場合には、直ちにその旨を最高裁判所に連絡し、その指示に従うものと

する。

- (3) 請負者は、本業務の過程において最高裁判所から指示された事項について、迅速かつ的確に実施するものとする。
- (4) 請負者は、本業務を遂行するに当たり、個人情報に関する権利等を侵害することのないように十分注意するものとする。また、本業務の遂行中に第三者に与えた損害等は、最高裁判所の責めに帰すべき事由による場合を除き、請負者の負担とする。

#### 4 成果物の使用

最高裁判所は、本業務に関して納品された成果物につき、広告の目的の範囲内において契約締結日から、最高裁判所と請負者との協議で定める期間（最短でも1年間）を使用すること（納品されたPDFデータを裁判員制度ウェブサイトに掲載すること等を含む。）ができるものとする。また、最高裁判所が個別に許す範囲において、法務省、検察庁、日本弁護士連合会及び弁護士会も成果物を使用する（その広告の目的の範囲内で行う二次加工を含む。）ことができるものとする。

#### 5 知的財産権等

- (1) 本業務に基づき制作及び製造された新聞広告等に関し、すべての著作権は最高裁判所に帰属するものとする。
- (2) 新聞広告等に最高裁判所が所有する資料（写真、図表等）を使用する場合には、協議の上、調達可能なものについては最高裁判所が提供する。
- (3) 新聞広告等に第三者が権利を有する著作物（写真等）を使用する場合には、著作権、肖像権等に厳重な注意を払い、当該著作物の使用に関する費用の負担を含む一切の手続を請負者において行うものとする。
- (4) 本業務に関し、第三者との間で著作権、肖像権等に係る権利侵害の紛争等が生じた場合には、当該紛争等の原因が専ら最高裁判所の責めに帰す場合を除き、請負者は自らの責任と負担において一切の処理を行うものとする。

#### 6 機密保持等

- (1) 請負者は、本業務を実施するに当たって、本業務の遂行上知り得た情報を開示し、漏洩し、又は本業務以外の用途に使用してはならない。また、請負者は、機密保持のために必要な措置を講じなければならない。
- (2) 請負者の責任に起因する情報の漏洩等により損害が発生した場合は、それに伴う弁済等の措置はすべて請負者が負担する。
- (3) この項目については、第1の4の契約期間の終了後においても同様とする。

#### 7 その他

契約後、提案した企画、構成に変更を加える必要が生じた場合、この仕様書に記載されていない事項が発生した場合及びこの仕様書に疑義を生じた場合には、最高裁判所と請負者は、協議の上、変更内容等について決定し、当該決定事項について書面をもって確認するものとする。

(別紙1)

第1 新聞広告

1 出稿時期(計2回)

- (1) 平成21年11月1日(日)を目処に,10月24日(土)~11月3日(火)ころ(具体的な出稿時期は,別途,最高裁判所と協議して定める。)
- (2) 平成22年3月7日(日)を目処に,3月6日(土)~3月14日(日)ころ(具体的な出稿時期は,別途,最高裁判所と協議して定める。)

2 対象

第1の1(1)及び(2)のいずれの時期についても,次のとおり掲載することとし,各出稿時期ごとの掲載日は,全て同日とする。

(1) 全国紙 対象(5紙)

朝日新聞,毎日新聞,読売新聞,日本経済新聞,産経新聞

(2) ブロック紙 対象(3紙)

北海道新聞,中日新聞(東京新聞,北陸中日新聞を含む。),西日本新聞

(3) 地方紙 対象(36紙)

東奥日報,秋田魁新報,岩手日報,河北新報,山形新聞,福島民報,福島民友,茨城新聞,下野新聞,上毛新聞,静岡新聞,山梨日日新聞,信濃毎日新聞,新潟日報,北日本新聞,北國(富山)新聞,福井新聞,岐阜新聞,京都新聞,神戸新聞,山陽新聞,中国新聞,日本海新聞,山陰中央新報,徳島新聞,四国新聞,愛媛新聞,高知新聞,佐賀新聞,長崎新聞,熊本日新聞,大分合同新聞,宮崎日日新聞,南日本新聞,沖縄タイムス,琉球新報

3 サイズ,制作方式,制作回数

第1の1(1)及び(2)のいずれの時期についても,15段,カラー,1回ずつとし,各出稿時期毎に,別の表現案を使用することとする。

第2 インターネットバナー広告

1 商品名

Yahoo! JAPAN トップページ ブランドパネル ダブルサイズ

2 掲載形態

ページ固定型

3 掲載タイプ

インプレッション保証型

4 保証インプレッション

1,875万imp/週

5 掲載期間

平成21年10月から平成22年3月ころまでにおいて,合計6週間(具体的な出稿時期は,別途,最高裁判所と協議して定める。)

なお,出稿時期を複数回に分ける場合には,各出稿時期毎に,別の表現案を使用することとする。

(別紙 2)

## 平成 21 年度新聞広告のイメージ

### 1 裁判員候補者名簿記載通知の前 (平成 21 年 10 月下旬 ~ 11 月上旬ころ)

次の情報を掲載するイメージである。

まもなく平成 22 年の裁判員候補者名簿記載通知が発送されること  
「まもなく、平成 22 年の裁判員候補者名簿記載通知が発送されます。」  
という点を伝える。

裁判員制度の内容の基本的情報 (選任手続等を中心に)  
候補者名簿への記載の意味、裁判員はどのように選ばれるか、辞退事由等  
を紹介し、名簿記載通知を受けた場合の不安・疑問等を解消し、制度への  
理解を求める。

裁判員制度に関する詳細情報への誘引 (裁判員制度ウェブサイト等への誘  
引)  
名簿記載通知を控えて制度への関心が高まることが予想されるので、詳し  
い情報を知りたい国民にウェブサイトを紹介する。

制度の運用状況に関する情報  
それまでの裁判員裁判の実施状況を紹介し、制度がどのように運営されて  
いるか国民に伝える。

### 2 平成 21 年の年度末 (平成 22 年 3 月上旬ころ)

次の情報を掲載するイメージである。

初年度の運用状況に関する情報  
初年度の実施件数、出頭した候補者の数、選任された裁判員の数、平均審  
理日数等のデータを紹介 (例:「制度 1 年目は、全国で、 件の裁判員  
裁判が実施され、合計 万人の方が候補者として裁判所に出頭し、この  
うち合計 人が裁判員に選ばれて裁判に参加しました。裁判の平均日数  
は 日でした。」)。  
制度がどのように運営されているか国民に伝える。

裁判員経験者の感想等  
実際に裁判員を経験した国民の生の声を伝える。  
国民の生の声を伝えるに当たっては、地域、男女、職業、年齢等が偏らな  
いよう、感想をピックアップして掲載 (制度や運用に疑問を呈するものも  
排除しない) することを想定。

上記は、イメージであり、実際の広告内容等は、契約締結後、最高裁判所と  
請負者が協議して定める予定である。