

がん検診受診促進事業委託仕様書

1. 事業名称 がん検診受診促進事業

2. 業務目的

大阪府のがん検診受診率は向上しているものの、依然として全国低位である。加えて、新型コロナウイルス感染症の感染拡大や長期化を受け、府民のコロナ感染への不安から受診を控えたことで、がん検診受診者数が今後も低迷するのではないかと懸念されているところである。そのため、府民の死亡率減少や健康寿命延伸のために、がん検診の受診は不要不急の外出にあたらないことを広く周知し、**With**コロナ時代でも安心して定期的に検診を受けてもらうことが重要である。

そこで、がんの死亡者数が多い部位のうち第1位、2位を占めている肺がん、大腸がんの受診対象年齢である**40歳から60歳代**にターゲットを絞った検診の受診促進を行い、自らの健康に対する意識づけを促し、検診受診に向けた府民ひとり一人の行動変容につなげる。

3. 契約期間

契約締結日から令和4年12月28日（水）まで

4. 業務内容

本事業で実施する業務は次の（1）から（4）とする。なお、業務の実施にあたっては、大阪府（以下「発注者」という。）と十分に協議・調整をすること。

（1）がん検診受診啓発動画の企画・制作

- ① 動画の主なターゲットは**40歳から60歳代**の男女とする。
- ② 動画は、興味・関心を持ちやすい訴求力の高いものであること。
- ③ がん検診の定期受診の重要性を認識し、自己だけでなく、身近な家族・友人に検診受診を働きかけるものであること

【動画を作成する上での参考情報】

- （ア）がん検診の受診は不要不急の外出にあたらない。
- （イ）日本人の2人に1人は生涯のうちにがんに罹患する。
- （ウ）がんは初期の段階では自覚症状がないことも多い。
- （エ）がんは定期的な検診受診により早期発見が可能である。
- （オ）検診は市町村の住民健診や職場の検診、人間ドック等で受診できる。
- （カ）がん検診という名称でなくても職場で実施する健診項目に、がん検診の検査項目が含まれている場合がある。
- （キ）住民票のある市町村が実施しているがん検診では、無料～**2,000円**程度の自己負担で受診できる。

④ 動画の要件・規格については以下のとおりとすること。

再生時間	15秒
画面縦横比	16：9

解像度	フルハイビジョン以上
対応言語	日本語
その他	YouTube等の広告に掲載可能なものとする

- ⑤ 動画の作成にあたっては、発注者と協議を行い、内容を決定し、画像の加工、音声、ナレーション、テロップ、BGMの挿入等の編集作業を行うこと。
- ⑥ 基本的には映像のみでも内容が伝わるものとするが、障がいのある人への配慮として、必要であれば字幕をつけること。なお、YouTubeの自動字幕起こしの内容を確認し、正しく文字起こしがされていない部分は編集すること。
- ⑦ 動画の完成までは、発注者による複数回の内容確認及び修正等の指示を受けること。
- ⑧ 動画の使用年限は限定しないこと。
- ⑨ 他者が保有する資料映像や静止画等を使用する場合は、「6. ①著作権及び使用料について」の項目に従うこと。
- ⑩ コンテンツに記載の法的根拠については、受託者において法的専門家に確認する等の手法で担保すること。
- ⑪ 台詞等において、商品の宣伝、反社会的な思想、差別的な表現、公序良俗に反する表現など府の啓発動画としてふさわしくない内容は盛り込まないよう配慮すること。
- ⑫ 動画に「大阪府健康医療部健康推進室健康づくり課」という表示を入れること。

(提案を求める内容)

- ・動画の内容(全体構成デザイン、シナリオ、ナレーション、BGM、映像素材の入手、その他必要と認める事項)を提案すること。

※提案にあたっての留意事項

- ・主なターゲットである40歳～60歳代の府民が、興味・関心を持ちやすい訴求力の高いものとなっていること。
- ・がん検診の定期受診の重要性を認識してもらえるよう、分かりやすい内容となっていること。
- ・自己だけでなく、身近な家族・友人に検診受診を働きかける内容で、検診受診等の行動変容につながるものになっていること。
- ・動画をYouTube広告で活用することを想定しているので、最初の5秒でスキップされないようにターゲット層が興味をひき、最後まで見てもらえるよう、内容、構成を工夫すること。

(2) YouTubeを活用した広告配信・ウェブサイト誘導業務

上記(1)で作成した動画を、話題性、拡散性等を確保するため、YouTube広告を活用して配信すること。また、がん検診受診予約を促すために、府のがん検診ウェブサイトへと誘導を行うものとする。

ア 配信方法

前項について、投稿動画がインターネット上で広く視聴されるよう目標回数を設定のうえ、

「インストリーム広告(スキップ可能な動画広告)」を実施すること。また、「Call-to-Action
オーバーレイ」等を活用して大阪府のがん検診ウェブサイトへの誘導を図ること。

イ 配信期間・回数

令和4年10月1日から11月30日までの期間を目安とし、府と協議のうえ決定すること。
その際、表示数は、期間中200万回以上を目標とする。また、広告配信スケジュールを策定
すること。

ウ 配信対象

- ・ 年代及び性別 40歳～60歳の男女が対象
- ・ 広告配信地域 大阪府全域
- ・ 配信機器 スマートホン端末・タブレット・パソコン

エ その他上記業務に付随する業務

その他上記を実施する際に付随する業務を実施すること。

オ その他留意事項

- ・ 広告表示数、広告からのサイト誘導数、視聴者の属性(年齢、地域、地域別、時間帯等)等
の分析数値等を報告すること。
- ・ 表示数が目標を下回る場合は、受注者の責任において、期間の延長など表示数が目標回数
を上回る方策を実施すること。

(提案を求める内容)

- ・ ターゲット層のがん検診受診予約を促すため、(1)で作成した動画について、広告媒体から
大阪府のがん検診ウェブサイトへの誘導方法について提案を行うこと。
- ・ 令和4年10月1日から11月30日までの間で表示回数が200万回以上となる広告配信スケ
ジュールを提案すること。

※提案にあたっての留意事項

- ・ 誘導先の大阪府のがん検診ウェブサイトは既存の府のサイト「健活10 けんしん」を
想定。

(3) Twitterを活用したがん検診受診促進キャンペーンの実施

がん検診そのものへの認知度を高めるとともに、未受診者に対して検診受診へのきっかけを
与え検診受診を促すため、キャンペーン特典というインセンティブを検診受診者に付与した
Twitterを活用したキャンペーンを実施すること。また、応募者に対しアンケート(2～3問を
想定)をとれるよう機能を設定すること。

ア 応募対象者 40歳から60歳代の大阪府在住の男女で、令和4年4月1日(金)から10
月31日(月)までにがん検診を受診した者(※)とする。

※応募時点で、がん検診の受診予約を完了し、令和4年10月31日(月)
までに受診予定の者も対象とする。

イ キャンペーン実施期間 令和4年10月1日(土)から令和4年10月31日(月)

ウ 業務内容

①キャンペーンの企画・業務推進

企画構築、全体スケジュール管理、キャンペーン概要作成、規約/危機管理構築等

②キャンペーンに関する制作物

キービジュアル制作、各種サイト掲載用ビジュアル制作

③告知管理

広告媒体への掲載、配信管理等

④SNS 管理

アカウントの管理、投稿作業、投稿内容の提案・作成、フォローアップ施策、DMの問い合わせ対応等

⑤当選管理

プレゼントの手配（総額 25 万円以内のプレゼント購入及び提供を含む）、当選者抽出、DM返信管理、プレゼント郵送等

⑥その他本業務に付随する業務

エ その他

①本仕様書に明記されていない細部の事項については、発注者及び受注者において協議の上決定する。

②本業務の遂行状況及び作業実績については、定期的に発注者に報告を行うこと。本業務の遂行状況や作業実績が、予定と大きく差が生じる場合、又はその恐れがある場合は、随時、発注者及び受注者において協議し、対応を決定するものとする。

③業務実施中に疑義が生じた場合は、速やかに発注者と協議し、その指示をうけること。

(提案を求める内容)

・ **Twitter** を利用したキャンペーン企画の立案・実施内容について提案を行うこと。

※提案にあたっての留意事項

- ・ 企画が、ターゲット層の興味、関心を惹くものになっていること。
- ・ がん検診への認知度を高めるとともに、未受診者に対して検診受診を促すものになっていること。
- ・ キャンペーンの実施期間内に、確実に実施できるような計画・体制とすること。

(4) その他の広報戦略の立案及び実施

(1) ①で示すターゲット層のうち、(2) 及び (3) でアプローチしづらい方への効果的な広報戦略を立案し、実施すること。また、広告スケジュールを策定すること。

なお、立案・実施にあたっては、以下の例を参考に、様々な要素について検討すること。

- ・ 発信する媒体（交通広告、新聞広告、ポスター等）
- ・ 発信する場所（ショッピングモール、スタジアム、レジャー施設、駅等）
- ・ 発信方法
- ・ 発信にあたっての連携・協力先
- ・ 拡散手段
- ・ 発信する時間帯
- ・ 想定される効果（どれだけの府民に届くか）等

(提案を求める内容)

- ・(1) ①で示すターゲット層のうち、(2) 及び(3) でアプローチしづらい方への効果的な広報戦略を立案し、実施する手法・内容を提案すること。

(発信する媒体・場所、発信方法、発信にあたっての連携・協力先、拡散手段、発信する時間帯、想定される効果、その他必要な事項)

※提案にあたっての留意事項

- ・府民に効果的に認識してもらえる創意工夫を凝らした活用方策であること。
- ・話題性が期待できる活用方策であること。

5. 業務進行予定及び体制等の策定

- ① 契約期間内に計画的かつ効率的に進行できるよう体制をとり、進行管理を行うこと。詳細については、事前に発注者と協議すること。
- ② スケジュールの進捗状況を、発注者が随時確認可能な業務体制とし、窓口となる担当者を定めること。

(提案を求める内容)

- ・契約期間内に効率的に進行できるよう事業全体のスケジュール及び業務ごとのスケジュールについて、表形式で提案すること。
- ・事業の運営体制及び配置人員を提案すること。
- ・事業全体を総括する責任者について、既に決定している場合は明記(所属、役職等)すること。また、未定の場合についても、想定している人材の専門分野等に関して提案すること。

6. 事業全体に係る留意点

① 著作権及び使用料等について

- ・本事業における企画、映像等一切の著作権料及び使用料等についてはすべて委託金額内に含むものとする。
- ・本事業における成果物の著作権(著作権法第21条から第28条に定める権利を含む。)については、発注者に帰属するものとする。また、本事業終了後においても発注者がその保有する広報媒体等を活用して公表等を行うにあたり、著作権使用料等が別途発生しないようにし、自由に無償で使用できるものとするとともに、著作者人格権(著作権法第18条第1項、第19条第1項及び第20条第1項に定める権利を含む。)の行使をしないこと。
- ・本事業による成果物については、使用料、その他名目の如何を問わず、使用の対価を一切請求することができない。
- ・成果物については、発注者及び発注者から許諾を得た第三者の自由な使用を認める。
- ・成果物に使用されるすべてのものは、必ず著作権等の了承を得て使用すること。
- ・成果物が第三者の著作権等を侵害したことにより当該第三者から制作物の使用の差し止め又

は損害賠償を求められた場合、受注者は発注者に生じた損害を賠償しなければならない。

② 施設の利用料等について

・施設等での撮影にあたっては施設等管理者との協議の上、利用料等が発生する場合は、委託金額内に含むものとする。

③ 学識者等への謝金の支払い等について

・動画の作成にあたり、助言を求めた学識者への謝金の支払い等が発生する場合は、委託金額に含むものとする。

④ 個人情報の保護について

・本事業で制作する動画は公表を前提とするため、個人情報の保護その他法令順守に十分配慮して制作すること。

7. 成果品等（提出物）

① 動画のデータ

YouTube やホームページで再生可能な様式（mp4、WMV、AVI 等）

② 実施報告書

事業の詳細な実施状況が確認できるものとする。

8. 成果物の提出方法

7. で定める成果物については、CD-R または DVD-R にデータ保存し提出するものとし、報告書については、あわせて紙媒体に出力したものも提出するものとする。

9. 成果物の提出先

大阪府 健康医療部 健康推進室 健康づくり課

生活習慣病・がん対策グループ

大阪府大阪府中央区大手前2丁目1番22号 大阪府庁本館6階

10. 再委託

再委託は原則禁止する。ただし、専門性等から本業務の一部を受託事業者において実施することが困難な場合や、自ら実施するより高い効果が期待される場合は、再委託により実施することができる。再委託により実施する場合は、発注者と協議し承認を得ること。

11 その他特記事項

① その他、本仕様に定めのない事項で疑義が生じたときは、担当職員と協議し、その指示によること。

② 業務上知り得た情報を他人に漏らさないこと。

③ 企画提案及び契約の手続きにおいて用いる言語及び通貨は、日本語及び日本国の通貨によるものとする。