

## 【資料 2】

# 令和 8 年度「受けて安心！がん検診受診促進事業」 SNS を活用した受診勧奨業務委託仕様書

## 1 業務名

「受けて安心！がん検診受診促進事業」 SNS を活用した受診勧奨業務

## 2 業務目的

本県は長年にわたり、がん罹患率が全国ワーストであり、がんの早期発見・早期治療につなげるため、がん検診は「元気なうちから定期的に受診するもの」という正しい認識を県民に普及し、意識変革を促すことが不可欠である。特に、がん検診を多忙な働き盛り・子育て世代に対し検診の必要性を「自分事」として認識させるための効果的な情報発信を実施し、「元気なうちから定期的に受診するもの」という正しい認識への態度変容を促すことで、がん検診の普及啓発を目指す。

### 【参考】

○がん検診を受診しない理由（令和 6 年健康づくりに関する調査）

「心配な時はいつでも医療機関を受診できるから」 26.3%、

「時間がとれなかったから」 16.5%、「受診案内が来なかったから」 14.8%

## 3 委託期間

契約締結日から令和 9 年 3 月 31 日まで

## 4 委託額上限

4,140,000 円（税込）以内

### (1) 費用の内訳

ア 広告出稿費：委託額の 6 割以上を充てること。

イ 動画制作費：委託額の 4 割以内を充てること。

### (2) 広告放映期間

9～11 月の 3 か月間の YouTube 等 SNS 広告の放映

## 5 業務内容

本業務は次のとおりとする。

### (1) がん検診受診促進動画の企画・作成

#### ア 動画制作要件

区分	YouTube 用動画（メイン動画）	YouTube 用ショート動画
制作本数	1 本	1 本
長さ	2 分以上とし、提案にて概ねの長さを提示すること。	60 秒以内で制作すること。
内容	・事業対象者の興味をひく内容となるよう工夫すること。 ・「がん検診は元気なうちから」というメッセージが効果的に伝わること。	・事業対象者の興味をひき、メイン動画の視聴へつながるよう工夫すること。

構成・演出	効果的に字幕を入れるなど視認性を高める構成・演出を工夫すること。	効果的に字幕を入れるなど視認性を高める構成・演出を工夫すること。
掲載	秋田県健康づくり県民運動推進協議会、県公式YouTubeチャンネルへ掲載すること。	メイン動画の掲載チャンネルに併せて掲載。

## (2) SNS広告の企画・配信

### ア 実施媒体

制作した動画を活用し、YouTube広告を含む2つ以上のSNS広告を実施すること。その他、効果的なウェブサイト及びSNS広告媒体があれば選定理由を添えて提案すること。

### イ 配信ターゲット

原則、秋田県在住の30～40代とすること。エリアを秋田県とすること。

### ○参考

国が推奨する5つのがん検診

種類	対象者	受診間隔	検査項目
胃がん検診	50歳以上（当面40歳以上の実施も可）	2年に1回（当面X線検査は年1回の実施も可）	問診、X線検査または内視鏡検査
大腸がん検診	40歳以上	年1回	問診、便潜血検査
肺がん検診	40歳以上	年1回	質問、X線検査
子宮頸がん検診	20歳以上	2年に1回	問診、視診、細胞診および内診
乳がん検診	40歳以上	2年に1回	問診およびX線（マンモグラフィ）

### ウ 誘導先

県が指定するコンテンツ（メイン動画、美の国あきたネット等）とすること。

### エ 配信回数

各媒体による表示数を計100万回以上を最低目標として達成すること。また、表示数に加え、視聴完了率、クリック率、誘導先のページ閲覧数等を中間指標として設定し、その測定結果を報告すること。

## (3) 企画提案書への必須記載事項

### ア 動画制作について

- ・ターゲット層（30～40代）が、がん検診を自分事化するための動画コンセプト（企画意図、ストーリーボード等）を具体的に提案すること。

- ・特に、「心配がない」「時間がない」等の理由で未受診のターゲットに対し、動画内での具体的な説明や受診の動機付けとなるメッセージを示し、検診への興味関心及び積極的な受診へつながるような意識変容を促す設計とすること。
- ・メイン動画とショート動画がどのように連携し、視聴を誘導するか、その戦略を提示すること。
- ・動画の使用年限が限定される内容ではないこと。

#### イ SNS広告について

- ・YouTube広告以外に採用するSNS発信の媒体（例：Instagram、Xなど）の選定理由（ターゲット層との親和性、費用対効果等）を明確にすること。
- ・各媒体での具体的な出稿回数、配信期間、ターゲット設定の詳細を提案し、目標達成に向けた論理的な根拠を示すこと。

#### ウ 効果測定について

- ・目標達成に向けた広告運用の具体的なPDCAサイクルを提示すること。
- ・目標未達の場合に備え、どのような指標に基づき、どのような改善策（クリエイティブ、ターゲティングの見直し等）を講じるかを具体的に提案すること。

#### エ 留意事項について

- ・発信者が秋田県であることがわかるようにすること。
- ・コンテンツに記載の法的根拠については、受注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。
- ・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啓発動画としてふさわしくない内容を盛り込まないよう配慮すること。

### (4) 協議・報告等について

ア 本業務の実施にあたっては、随時、実施状況を県に報告し、打合せや協議を行うものとする。特に、広告配信最適化のため、配信期間中は受託者と県で2週間に1回程度の間隔で配信状況に関する打合せ（対面開催に限らない）を実施することとする。また、委託業務が完了するまでの間、その進捗状況の報告、問題点の協議・解決、履行のために必要な事項等は、必要の都度、県と受託者が協議して定める。

イ この仕様書や企画提案書に定めのない事項及び委託業務の内容に疑義が生じたときは、県と協議し定めるものとする。

ウ 受託者は、契約締結後、委託契約書及び仕様書に基づき、県に対して次に掲げる事項について文書により提出するものとする。

#### ①委託業務実施計画

動画の作成予定、ウェブ広告開始・終了時期等のスケジュール予定を含む内容とする。

#### ②業務完了の報告

ウェブ広告の効果測定結果のほか、効果検証に資する内容を含むものとする。

エ 委託業務完了後は、委託業務完了届及び実績報告書等を県に提出すること。

オ 県は、受託者の委託業務の実施状況について、上記報告事項のほか、必要な報告を求め、委託業務の実施に関して調査を行い、必要な指示を与えることができるものとする。

### (5) 著作権等の取扱い

ア 本業務により作成された動画及び成果物に関する著作権（著作権法第27条及び第28条に定める権利を含む。）、所有権、その他一切の権利は、納入をもって県に帰属するものとする。

イ 県は、動画及び成果物を、本事業の目的の範囲内（二次利用を含む）において、自由に利用することができるものとする。

ウ 受託者は、県による利用に関し、著作権人格権を行使しないものとする。