

令和８年度千葉県国保ヘルスアップ支援事業特定健診受診率向上対策のための 多様な広報媒体を活用した周知啓発業務委託仕様書

1 委託業務名

令和８年度千葉県国保ヘルスアップ支援事業特定健診受診率向上対策のための
多様な広報媒体を活用した周知啓発業務委託

2 目的

市町村国民健康保険では４０歳以上の被保険者を対象として特定健診を実施しているが、国から示されている市町村国保の目標値である６０％以上に届いていない状況にあり、特に４０歳代の受診率が伸び悩んでいる。多様な広報媒体を活用して周知啓発することで、国保被保険者の特定健診の受診率の底上げを図り、生活習慣病の予防・早期発見を推進する。

3 委託期間

契約締結の日から令和９年３月３１日まで

4 委託業務の内容

(1) リーフレット等作成等業務

ア 業務概要

特定健診受診率向上に資するリーフレット等の印刷物を企画提案・作成し、配架先へ送付を行う。

イ 企画・制作

受託者は、リーフレット等の制作に必要な企画、デザイン、校正等の業務を行うこととし、内容は県と協議した上で最終的に決定する。

リーフレット等の掲載内容は、現在特定健診を受けていない方でも、特定健診の受診を促すことができる、訴求力が高いものとする。

また、リーフレットのほか、手に取ってもらいやすくするための広報手法（例：POPの活用）についても提案することができる。

ウ リーフレット等の印刷物の規格

(ア) サイズ 提案による（ただし、配架しやすく、かつ、レターパックで送付できるサイズとする）

(イ) 用 紙 マットコート９０ｋｇ又はそれ以上の品質のもの

(ウ) 頁 数 提案による（ただし、５０部分がレターパックで送付できる頁数とすること）

(エ) 色 数 ４色刷

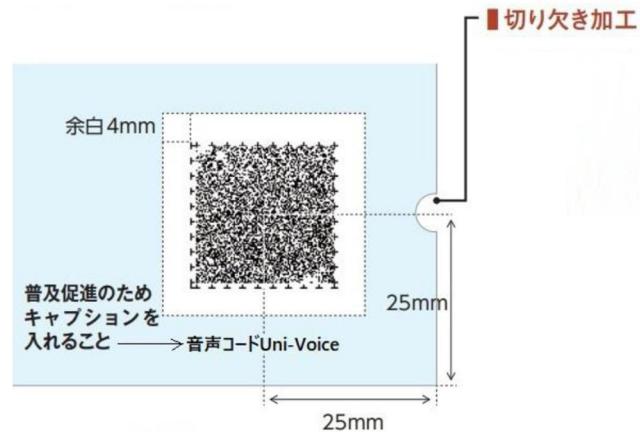
(オ) 数 量 配架先により変動 ※１配架先当たり５０部を目安とする。

(カ) その他

視覚障がいのある方が音声で内容を把握できるよう、下図を参考に、県から提供する「音声コード」を印刷すること。音声コードの位置は各辺から25mmに中心核がくるように配置し、コードの周りに余白を4mm設けること。

また、印刷物に音声コードが印刷されていることがわかるように、音声コードの近くに半円形の切り欠き（半円形の直径は6mm前後）を設けること。

その他、音声コードは特定非営利活動法人日本視覚障がい情報普及支援協会（JAVIS）ホームページの「音声コードUni-Voice作成ガイド」に沿って作成すること。



図：音声コードUni-Voiceの印刷位置と切り欠きと位置

エ 配架先

市町村や県出先機関のほか、特定健診の受診率向上に効果的な配架場所を提案の上、配架すること。

なお、市町村や県出先機関以外の配架先については、受託者が配架先の提案や配架のための交渉等、一切の手配をすること。

オ 納品について

(ア) 県の検査員による納品検査

送付先へリーフレット等を発送する前の段階で、県の検査員が送付先の表記及びリーフレット等の梱包部数等を確認する機会を設けること。

(イ) 成果物の納品

- a 納品期限 県と協議の上決定する。
- b 送付先 千葉県健康福祉部保険指導課等

(2) WEB広告業務

ア 業務概要

主なターゲットを県内在住の40歳代の国民健康保険加入者とし、県が提供する動画や画像を活用した効果的・効率的な広報を実施すること。

なお、県との協議の上、新たに動画素材等を作成することもできる。

- (ア) WEB広告の利用媒体や出稿期間等については、県内市町村の健診実施時期を考慮しながら、県と協議の上決定する。
- (イ) ランディングページは県ホームページとする。
- (ウ) 本業務における広告媒体は、インターネット（Yahoo!、Google等）、SNS（instagram、tiktok、LINE、X等）、動画プラットフォーム（YouTube、TVer等）などの、いわゆるWEB媒体とする（出稿媒体としてふさわしくないものを除く）。
- (エ) 広告価値毀損の課題「ビューアビリティ※¹」「アドフラウド※²」「ブランドセーフティ※³」については、十分な対策を講じるとともに、県に対する透明性の確保に努めること。
- ※1 ビューアビリティ：広告が実際に視認可能な状態で表示されているか。
- ※2 アドフラウド：自動化プログラムなどによって無効なインプレッションやクリックが発生していないか。
- ※3 ブランドセーフティ：ブランド価値を毀損するようなメディアに広告が表示されていないか。

イ 効果測定及び報告業務

- (ア) 効果測定方法について、概要や考え方を具体的に提案すること。実際の方法については、提案内容を基に県と協議の上で決定するものとする。
- (イ) 効果測定結果を1か月に1回以上かつ県の求めに応じて報告するとともに、適宜効果向上提案等を行い、県と協議の上で広告手法の見直しを実施すること。
- (ウ) 広告配信完了後に、事業の結果分析及び今後の展開について改善提案を盛り込んだ「分析結果報告書」を速やかに提出すること。

(3) その他の広報媒体を活用した周知啓発業務

(1) リーフレット等作成等業務や(2) WEB広告業務のほか、テレビCMや新聞折込チラシ、交通広告等、多様な広報媒体を活用した周知啓発業務を提案することができる。

(4) アンケート調査業務

特定健診の受診行動に与えた影響を把握するため、特定健診受診者を対象としたアンケート調査を実施すること。アンケート調査においては、少なくとも以下の点を把握できる内容とすること。

- ・特定健診を受診したきっかけ
- ・本事業により実施した広告・周知施策の認知状況
- ・本事業が受診行動に与えた影響の有無

調査方法、設問内容、回収方法等の詳細については、できるだけ健診受診者の負担とならない方法かつ回収率を考慮したうえで提案するものとし、県と協議の上決定すること。

なお、アンケート調査は毎月継続的に実施するものとし、月末時点で各保険者から回収後、翌月末までに、とりまとめ結果を県に報告すること。

5 著作権等

- (1) 受託者が委託業務に関して提出する企画書や計画書、納品物、報告書等の著作権（著作権法第27条、第28条に規定する権利を含む。）はすべて県に帰属する。また、納品物は県が行う他の広告活動等に活用できるものとする。
- (2) 納品物は、受託者において画像、映像、音楽等に係る肖像権や著作権処理を済ませた上で納品すること。
- (3) 映像、音楽等の著作権、肖像権処理に関する紛争が生じた場合は、受託者の責任において対応し、県は責任を負わない。

6 業務実施に関する計画書

受託者は契約締結後、業務実施に関する計画書を県と協議の上作成し、県に提出しなければならない。

7 再委託について

受託者は、本件受託業務の全部を第三者に再委託してはならない。ただし、受託業務の一部の再委託について、あらかじめ書面による県の承諾を得たときはこの限りでない。また、本業務の契約金額に占める再委託金額の割合は、2分の1未満でなければならない。

8 報告

- (1) 業務の遂行状況について随時報告を行うこと。
- (2) 県からの指示があれば、県が指定する場所において随時協議に応じること。協議後は、その結果（概要）を取りまとめて5営業日以内に県へ提出すること。
- (3) 業務完了の際には、業務完了報告書を提出するものとし、報告書とともに、データを納品すること。

9 受託者及び業務従事者の義務

- (1) 受託者及び業務従事者は、本業務で知り得た個人情報や、県の事務に関する事項を、みだりに第三者に知らせ、又は不当な目的に使用してはならない。本業務が終了した後も同様とする。
- (2) 受託者は、本業務の実施に当たって入手した県の著作物を、県の承認なしに、本業務以外の目的に使用してはならない。

10 留意事項

- (1) 契約に当たっては、実際に本業務に従事する者（以下「業務従事者」という。）を選任するに当たり、本業務を円滑に遂行できる能力を有する人員を

適切に配置しなければならない。

- (2) 受託者は、業務従事者の中から、円滑に本業務を遂行するため業務従事者を指揮監督する業務責任者を定めること。また、県担当者との連絡調整に当たる連絡担当者を定めること。
- (3) 納品物や広告運用等について県より訂正指示のあった箇所については、適宜対応すること。
- (4) 県又は受託者はやむを得ない事情により、本仕様書の変更を必要とする場合には、あらかじめ協議の上承諾を得ること。
- (5) 本業務において県が必要と認め、指示した事項については、受託者は、その指示に従うこととする。
- (6) 本業務の実施に要する全ての経費は、委託料に含むものとする。
- (7) 本仕様書に定めのない事項は、県と受託者において協議の上決定する。