

資料 2

令和 8 年度特定健診受診率向上に向けた 普及啓発業務

業務仕様書

令和 8 年 5 月
岩 手 県

この「業務仕様書」（以下「仕様書」という。）は、岩手県（以下「県」という。）が実施する「令和8年度特定健診受診率向上に向けた普及啓発業務」（以下「本業務」という。）に係る受託候補者の選定に関し、県が、契約する事業者（以下、「受託者」という。）に要求する本業務の概要や仕様を明らかにし、プロポーザルに参加しようとする者（以下「プロポーザル参加者」という。）の提案に具体的な指針を示すものである。

1 本業務の概要

(1) 趣旨

岩手県の令和5年度における国民健康保険特定健康診査(以下「特定健診」という。)の受診率は、45.8%（市町村国保特定健診・保健指導実施状況報告書）であり、全国平均値である38.2%を上回っているものの、国が掲げる第4期目標値（市町村国保目標60%以上）からは大きく下回っている。また、岩手県は、特に、特定健診対象者である40歳～50歳代の受診率が他の年齢層と比較しても低い状況である。

特定健診の実施は、被保険者の健康課題を把握するための基礎であり、健診未受診者が受診につながるよう、認知率を向上させ、行動変容を促すことが重要であることから、テレビCMやSNS広告により、特定健診受診の重要性とともに、受診に向けた行動がとれるよう促し、岩手県の国民健康保険における特定健診の受診率向上を図ることを目的とする。

(2) 本業務の内容

- ・テレビCM、SNS広告による特定健診受診率向上に向けた普及啓発

2 業務内容

県として定める仕様は以下のとおり。

(1) テレビCM及びSNS広告

目的	岩手県内の国民健康保険の被保険者に対し、特定健診受診に向けた行動変容を促すため、特定健診受診の重要性等に関する情報発信を行い、特定健診の受診率の向上を図ること。
内容・規格	<p>テレビCM及びSNS広告に係る企画、素材収集、制作、放送、経費支出等までの一連の業務。</p> <p>(1) 動画広告内容</p> <p>ア 企画・制作テーマ</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 特定健診受診に向けた行動変容を促すため、特定健診受診の重要性等の周知 <p>イ 制作内容</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 作成本数：2本以上 ・ 動画時間：15秒/本 ・ 作成本数については、受診者の行動変容を促すため、働き盛り世代に対し、生活習慣病の疾患リスク（脳卒中・心疾患等）を伝え、自分ごと化を促す内容や、健康に関心の薄い層に対し、早期発見・早期治療のメリットを訴えかける内容など、異なるアプローチに基づく企画案を2本以上提示すること。 ・ 作成に当たっては、特定健診の受診率向上に向け、ナッジ理論や行動変容科学等の知見を活用して、特定健診の対象世代の関心や興味を引き、かつ特定健診の受診の必要性についての理解を促すような訴求力のあるデザイン及びキャッチコピー等の

	<p>企画案を提案すること。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 配信を行う際には、各配信媒体に適したサイズ等に修正すること。 <p>(2) 配信業務</p> <p>ア テレビCM</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 放送局は、県内民放4局（IBC岩手放送、テレビ岩手、岩手めんこいテレビ、岩手朝日テレビ）の合計放映時間数を1本15秒で本数換算し、120本以上放送すること。 ・ 放送期間は、10月の「脳卒中月間」の前後である9月～11月を中心に、岩手県内の市町村における特定健診（集団健診、個別健診、追加健診）の実施時期を考慮して、放送実施時期の案について提案すること。 <p>なお、岩手県の市町村国保における特定健診の実施時期については、岩手県国民健康保険団体連合会のホームページ「市町村国保の特定健康診査に係る集団健診日程及び健診場所予定表」(https://www.iwate-kokuho.or.jp/kyogi/data4.html)などを参考とすること。</p> <p>イ SNS広告</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 以下のSNSにおいて広告を実施すること。 YouTube、X（旧Twitter） ・ 配信期間は、SNS毎に6カ月以上実施すること。 ・ 配信エリアは、岩手県とすること。
留意事項等	<p>(1) 動画の内容等は、受託決定後に県と協議、調整を行うこと。</p> <p>(2) 放映期間におけるCM放送本数、放送局ごとの配分は任意とするが、原則として特定の時期や局に著しく偏らないこととし、企画提案時に内訳を明らかにすること。</p> <p>(3) CM放送本数の配分は任意とするが、企画提案時に放送本数を明らかにすること。</p> <p>(4) CMの放送時間帯は、6時から24時を原則とし、企画提案時に放送時間帯別の放送本数を明らかにすること。なお、特定の時間帯に集中しないようにすることとし、より多くの被保険者の目や耳に触れるような時間帯での放送を提案すること。</p> <p>(5) SNS広告の配信期間等は、任意に設定できるものとし、より多くの県民の目や耳に触れるような設定を提案すること。</p> <p>(6) 動画広告は、絵コンテ等により企画提案すること。</p> <p>(7) 動画は、県がその目的を達成するための範囲内において、二次利用が想定されるため、出演者の肖像権やBGM等に関する著作権等の権利関係の処理を行うこと。</p> <p>また、動画の撮影に伴い、法令等に基づく許認可、届出等が必要となる場合は、必要な手続きを行うこと。</p> <p>(8) 動画広告の内容を記録した電子データを岩手県公式動画チャンネル（YouTube）で配信可能なファイル形式に変換し、DVD-R等の記憶媒体に保存した上で納品すること。</p> <p>記録ファイル形式は発注者と協議の上決定すること。</p> <p>(9) CM出稿による各放送局からのパブリシティ等が提案できる場合</p>

は明らかにすること。

(2) 自由提案

プロポーザル参加者は、「令和8年度特定健診受診率向上に向けた普及啓発業務」について、特定健診の受診率の一層の向上を図るため、必要と考える企画内容を自由に提案できるものとする。

(3) 報告書作成及び納品等

2(1)及び(2)について、業務実績、効果検証（SNS広告でのクリック回数、動画再生回数、時間帯や属性等）などを記載した報告書及び成果物を作成し、令和9年3月26日までに岩手県に納品すること。

<成果物一覧>

- ・ 紙媒体（A4判）：2部
- ・ 電子媒体（CD-R又はDVD-R）：1式

3 契約に関する条件等

(1) 再委託等の制限

ア 受託者は、本業務の全部又は本業務の企画若しくは制作等のうち監理業務部分を一括して第三者に委託し、又は請け負わせてはならない。

イ 受託者は、監理業務を除く本業務の一部を第三者に委託することができるが、事前に県に対し書面にて、再委託の内容、再委託先（商号又は名称）、その他再委託先に対する監理方法等必要事項を協議しなければならない。

また、受託者が委託する第三者についても、「プロポーザル実施要領」中、「3 プロポーザル参加者の資格に関する事項」に定める参加資格の要件(3)から(9)に準じること。

(2) 再委託の相手方

受託者は、3(1)イにより本業務の一部を第三者に委託する場合には、当該委託の相手方を岩手県内に主たる営業所を有する者の中から選定するよう努めるとともに、可能な限り、障がい者の雇用又は社会参加が図られるよう、配慮するものとする。

(3) 業務履行に係る関係人に関する措置要求

ア 県は、本業務の履行につき著しく不相当と認められるときは、受託者に対して、その理由を明示した書面により、必要な措置をとるべきことを請求することができる。

イ 県は、3(1)イにより受託者から委託を受けた者で本業務の履行につき著しく不相当と認められるものがあるときは、受託者に対して、その理由を明示した書面により、必要な措置をとるよう請求することができる。

ウ 受託者は、上記ア、イによる請求があったときは、当該請求に係る事項について必要な措置を講じ、その結果を、請求を受けた日から10日以内に県に対して書面で通知しなければならない。

(4) 権利の帰属等

本業務の実施により制作された成果物及び資料又はその利用に関する著作権、所有権等に関しては、委託料の支払が完了したときをもって受託者から県に移転することとする。

(5) 機密の保持

受託者は、本業務を通じて知り得た情報を機密情報として扱い、目的外の利用、第

三者に開示、漏えいしてはならない。契約終了後もまた同様である。

(6) 個人情報の保護

受託者は、本業務を履行する上で個人情報を取り扱う場合は、個人情報保護条例（平成 13 年 3 月 30 日岩手県条例第 7 号）を遵守しなければならない。