

# 仕 様 書

## 1 委託業務名

令和7年度 保健事業周知啓発業務委託

## 2 業務目的

本業務は、特定健康診査等の保健事業の周知啓発を効果的に行うことで特定健康診査受診率等の向上を図ることを目的とする。

## 3 履行期間

契約締結日から令和8年3月31日まで

## 4 委託内容

受託者は、以下の業務を行うこと。なお、(1)(2)による周知啓発の主なターゲットは40歳～65歳の浜松市国保加入者とする。

- (1) インターネット及びソーシャルネットワーキングサービス（以下、「SNS」という）広告の企画・制作・配信
  - (2) ジオターゲティング広告の企画・製作・配信
  - (3) 新聞広告等の企画・製作・広告掲載
  - (4) (1) (2)に関する目標の設定、結果分析および改善案の提示
- ※詳細は本仕様書末尾【別記】を参照のこと。

## 5 各業務の共通事項

- (1) 啓発対象である国民健康保険被保険者の特定健診対象者（40歳以上75歳未満）への訴求性が高い内容とすること。
- (2) 表現は、特定健康診査の必要性をわかりやすく伝えるとともに、ナッジ理論等を活用し、受診を促す内容とすること。
- (3) 啓発事業を実施する際には、それぞれの広告媒体の利点を生かし、統一性のある効果的な啓発を行うこと。

## 6 業務の実施方法

受託者は、業務開始前のほか、業務着手後から業務完了まで、業務の遂行にあたっては委託者と緊密に連携を取り、円滑な業務の実施に努めること。

## 7 成果物

- (1) については契約締結後速やかに、(2)～(4)については、月次または業務完了後に速やかに提出すること
- (1) 周知啓発実施計画書 1部
- (2) 周知啓発実施記録報告書 各1部（月次）  
月次及び全体のアクセス数の目標および実績、実施結果の分析、翌月以降に向けた改善案等を記載すること。
- (3) 周知啓発実施記録報告書 1部（最終報告）  
経費の内訳（作る：届ける：分析する）、WEB広告等掲載画像、掲載期間、アクセス数の目標および実績、実施結果の分析、次年度に向けた改善案等を記載すること。

なお経費内訳(作る 3 : 届ける 6 : 分析する 1)は、本市で考える予算配分の目安であり、各社がより最適と考える手法に合わせ、経費の設定をする。

- (4) 本業務において作成した製作物 一式 (各 1 部)

## 8 その他

- (1) 受託者は、本業務の実施期間、作業の進捗状況等を委託者に随時報告するものとし、委託者の求めに応じて委託者に報告書を提出するものとする。
- (2) 本業務において作成の物品は、すべて委託者に帰属するものとし、委託者の承認を受けずに複製及び公表ならびに他に貸与してはならない。
- (3) 本仕様書に定めのない事項及び疑義を生じた場合は、協議して別に定めるものとする。

## 【別記】

## (1) インターネット及びSNS広告の企画・制作・配信

項目	内容
①内容	インターネット及びSNS広告の企画・制作・配信を実施する。
②主なターゲット	40歳～65歳の浜松市国保加入者
③啓発媒体・概要	(i) 広告企画・制作業務 ・40歳～65歳を対象とした特定健康診査の受診啓発内容であること ・健康に関心の低い人も、興味がわき、思わず閲覧するようなデザインであること。 (ii) 広告配信業務 ・媒体により、適切なエリア、年齢等のターゲティング設定による広告配信を行うこと。
④制作	・画像広告：複数を作成、各メディア用にリサイズする。
⑤運用条件	・媒体により、広告アカウント、各種ID初期設定を行う。
⑥最低条件	・インターネット及びSNSを用いた市公式ホームページへの誘導 ・経費の配分は、「作る(3)：届ける(6)：分析する(1)」を目安とし、効果的に業務を実施すること ・クリック数および媒体について 下記①、②それぞれで、記載の合計クリック数を下限として見込んでいます。 ①Google、Yahoo など 4か月間計25,000回 ②Instagram、Facebook、LINE など 4か月間計2,700回
⑦結果の報告	・毎月の配信状況を「周知啓発実施記録報告書(月次)」により翌月15日までに報告すること。また、配信期間終了後「周知啓発実施記録報告書(最終報告)」を提出すること。
⑧掲載期間	・令和7年9月から12月までの4か月間 ・特に10月、11月には掲載を強化することとし、詳細は委託者と調整の上、各月の掲載数等を決定すること。
⑨納品方法	・掲載予定日の1週間前までに画像データを国保年金課に納品すること。

## (2) ジオターゲティング広告

項目	内容
①内容	ジオターゲティングを利用し、インターネット及びSNS広告の企画・制作・配信を実施する。
②主なターゲット	40歳～65歳の浜松市国保加入者
③啓発媒体・概要	(i) 広告企画・制作業務 (1)と同じ (ii) 広告配信業務 ・特定健診対象者や、特定健診の受診に関心が高い者が多く集まる施設をターゲティング施設とする。

④製作	(1) で作成した画像を必要に応じてリサイズして使用する。
⑤運用条件	(1) と同じ
⑥最低条件	<ul style="list-style-type: none"> <li>・クリック数および媒体について 下記①、②それぞれで、記載の合計クリック数を下限として見込んでいます。</li> <li>・クリック数および媒体について 記載のクリック数を下限として見込んでいます。</li> </ul> ①Google、Yahoo など およそ1か月間 6,000回
⑦結果の報告	・配信状況を(1)の「周知啓発実施記録報告書(月次)」の中に記載すること。
⑧掲載期間	令和7年10月以降の1か月間
⑨納品方法	・掲載予定日の1週間前までに画像データを国保年金課に納品すること。

### (3) 新聞広告等の企画・製作・広告掲載

項目	内容
①内容	新聞広告の制作及び掲載
②企画	新聞広告 <ul style="list-style-type: none"> <li>・半5段(カラー) 2紙×各1回</li> <li>・テレビ面特枠(カラー) 2紙×各1回</li> </ul>
③種類	複数作成し、新聞掲載用に加工
④広報掲載日及び掲載先	(i) 掲載日 令和7年10月から令和8年2月までの内4回とすること。 掲載日等詳細は委託者と調整の上決定すること。 (ii) 掲載先 浜松市内全域への周知に適切な掲載先を2社選定すること。
⑤紙面作成の要領	(i) コンテンツの制作については、以下の内容とすること。 <ul style="list-style-type: none"> <li>・内容は、特定健康診査の受診勧奨とする。</li> <li>・告知内容の詳細は、委託者と協議の上決定すること。</li> <li>・浜松市ホームページの国保特定健康診査のページを案内する二次元バーコードを掲載すること。</li> </ul>
⑥納品方法等	紙面掲載後、掲載紙面(該当部分のみ)を国保年金課に1部提出すること。

### (4) (1)(2)における目標の設定、結果分析及び改善案の提示

項目	内容
(1)	(i) 目標設定 <ul style="list-style-type: none"> <li>・月次及び全体のクリック数等目標の設定</li> </ul> (ii) 結果分析 <ul style="list-style-type: none"> <li>・広告の配信状況(地域・年齢・性別・表示回数等)及び効果(視聴回数、サイト誘導率等)を分析し、報告すること。</li> <li>・具体的な分析項目については、委託者と協議の上、決定すること。</li> </ul> (iii) 改善案の提案 <ul style="list-style-type: none"> <li>・月次の配信結果を分析し、より効果的な施策となるよう、翌月以降の配信に向</li> </ul>

	<p>けた改善案を提示すること。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・配信期間全体を振り返り、問題点を洗い出し、今後の継続的な事業展開につながるよう、改善案（ターゲティング手法、広告配信手法等）を提案すること。</li> </ul>
(2)	<p>(i) 目標設定</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・月次のクリック数等目標の設定</li> </ul> <p>(ii) 結果分析</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・広告の配信状況（地域・年齢・性別・表示回数等）及び効果（視聴回数、サイト誘導率等）を分析し、報告すること。</li> <li>・具体的な分析項目については、委託者と協議の上、決定すること。</li> </ul> <p>(iii) 改善案の提案</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・配信期間を振り返り、問題点を洗い出し、今後の継続的な事業展開につながるよう、改善案（ターゲティング手法、広告配信手法等）を提案すること。</li> </ul>