「予防・健康づくりに関する啓発による健診受診率向上事業」企画・運営等業務委託仕様書

１　委託業務の名称
「予防・健康づくりに関する啓発による健診受診率向上事業」企画・運営等業務委託

２　委託期間
契約締結日から令和８年２月27日（金）まで

３　事業目的
本県市町国保の特定健診受診率は現状33.6％（R4）であり、市町村国保の目標値である60％から乖離している。また、全国平均（37.5％）と比較しても低く、受診率の向上が喫緊の課題となっている。
国保の特定健診対象者90,184人(R5)のうち､60代の者は対象者全体の約３割を占めており、企業等の退職による国保新規加入者は、これまで勤務先での健診受診の習慣があることから、退職後も継続受診を促すことで健診受診につながることが期待される。このことから、国保加入者に加え、近年中に退職し国保に加入する現役世代をメインターゲットとして、健康意識を高め、健診受診につながるような啓発を行うことにより、特定健診受診率向上を図る。
また、特定健診と健康づくり、生活習慣病予防は一体的な側面があり、受診勧奨を効果的に行うためにも、予防・健康づくりに関する普及啓発も組み合わせていく。

【参考】業務を進めるに当たっては、福井県の「第５次元気な福井の健康づくり応援計画」（URL：https://www.pref.fukui.lg.jp/doc/016250/kenkou-zukuri/kenkoudukurikeikau_d/fil/02.pdf ）に沿った内容とすること。

４　事業内容
福井県と協議の上、次に掲げる業務を行うこと。また、企画提案の際は、下記各項目について内容やデザイン、スケジュール、実施方法等について具体的に提案を行うこと。受診率目標60％には約54,000人（R5）の受診が必要で、現行より約２万人の増加が必要であることから、より多くの人に対して自主的な受診につながる内容にすること。

（１）テレビ広告
・国保加入者や近年中に退職し国保に加入する現役世代をメインターゲットとした特定健診受診促進の広告動画を作成し､県内テレビ局(福井テレビ､ＦＢＣ福井放送)で放送すること。
・広告動画の内容などについては、対象者の特性等に応じ複数パターン作成し、ナッジ理論を踏まえ、効果的に受診勧奨が図られる内容とすること。
・放送時間帯や放送回数等について、メインターゲット層にアプローチできるよう検討・工夫すること。
・放送期間は１か月～２か月間とし、放送回数は１局あたり30本以上とすること。
・放送時期は10月～11月頃を目安として、市町において特定健診の受診勧奨（通知の送付等）を実施している時期で調整すること。
・福井県のホームページ等においても使用するため、広告動画の電子データを提供すること。

（２）新聞広告
・国保加入者や近年中に退職し国保に加入する現役世代をメインターゲットとした特定健診受

診促進の新聞広告を作成し、福井新聞および日刊県民福井において掲載すること。
・新聞広告は、半５段（カラー）で各紙２回以上掲載すること。
・掲載内容・デザインは（１）と統一性を持たせるとともに、掲載時期は（１）の時期と合わせること。

（３）インターネット広告（バナー広告）
・広く現役世代をターゲットとして、「ふくい健康づくり応援サイト」（URL：https://www.kenko-seisaku.pref.fukui.lg.jp/）に遷移するインターネット広告（バナー広告）を作成・配信し、バナー広告自体や「ふくい健康づくり応援サイト」の閲覧を通して健康意識の向上や特定健診の受診促進につなげること。
・特定健診に限らず、栄養、運動、睡眠等、生活習慣の改善のため必要な知識の普及啓発を行うこととし、バナー広告はナッジ理論を踏まえ複数パターン作成すること。
・広告の掲載先として適当と考えられる、Googleディスプレイ広告やYahooディスプレイ広告などWEBメディアを複数選択すること。
・WEBメディアの選択に当たっては、それぞれのメディアの特性を考慮すること。
・インターネット広告（バナー広告）は、動画と静止画のいずれも可とするが、WEB メディアの特性を考慮し、効果が期待できるものとすること。
・配信に当たっては、事前にターゲットの属性（年齢、性別、居住地など）や配信回数、広告タイプ、配信期間などを示す出稿計画を提出すること。
・実績報告において、配信結果（インプレッション数、クリック数、リーチ数等）を集計・報告すること。

（４）ビジョン広告
・（１）で作成した動画広告をTRETAS（トレタス）等の県内で視聴者が期待される大型ビジョンにおいて１か月以上配信すること。

（５）直接的な県民への普及啓発
・対象者本人が健診受診の必要性を理解し自主的な受診を促すことを目的として、県民に直接的に受診勧奨する機会を設けること。例)ショッピングモールにおける受診勧奨イベント等。
・イベントの開催状況を記事広告等も含めてマスコミ等に取り上げてもらうことにより、イベントに参加しなかった人への普及啓発も図ること。

（６）その他
・上記（１）～（５）以外で、特定健診受診促進のため効果的と思われる広報について１つ以上提案し、実施すること。
・県民参加型の広告やイベントなど、対象者本人が健診へ関心を持ち自主的な受診につながる啓発にすること。
過去実績：令和４年度　健診川柳、バスステッカー
令和５年度　健診川柳の公募、優秀作品による広告等
令和６年度　ポスター・チラシの配布、ショッピングセンターでのイベント等

５　事業効果の検証に係るデータ等の提供
受託者は、福井県が本業務の実施結果とその効果を検証するために活用可能なデータ等について、提案するとともに、本業務完了までに当該データを福井県に提供すること。

6　業務実施体制

本業務委託を指揮する業務責任者を配置すること。また、事故やトラブル、苦情等が発生した場合は、受託者の責任において処理するとともに、速やかに福井県に報告すること。

7　計画書

受託者は、福井県に対し、事業実施前に事業計画を提出すること。

8　報告書

受託者は、福井県に対し、事業終了後に実績報告を提出すること。

9　成果品の使用について

・本業務の実施により生じた成果物に関するすべての著作権(著作権法第27条および第28条に規定する権利を含む)ほか一切の権利は原則として福井県へ帰属するものとし、制作者は著作者人格権を行使しないものとする。ただし、成果物の内容によっては受託者と協議の上で決定する。
・本業務の実施による成果物は映像、画像等の著作権上の権利を済ませた上で納入すること。また、それら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するものとし、福井県は責任を負わない。

10　その他

契約書および本仕様書に定めのない事項またはこの仕様書に疑義が生じた場合は、その都度、福井県と受託者が協議して定めるものとする。