

「プレコンセプションケア」普及啓発動画制作・広告配信業務委託仕様書

1. 業務目的

本業務は、市内の若い世代(高校生・大学生及び29歳以下の若年社会人)に対し、プレコンセプションケア(若い世代が自ら健康に関心を持ち、生涯を通じて心身を健やかに保つためのセルフケア)の重要性と、そのための具体的な行動について効果的に普及啓発することを目的とする。

2. 業務概要

受託者は、以下の業務を一括して実施するものとする。

①プレコンセプションケア普及啓発動画(計3本)の企画・制作

- ・ターゲット層(10代～20代)の関心を引き、共感を呼ぶ静止画スライドショー形式又はモーショングラフィックス形式の動画コンテンツの企画、構成案作成、及び動画制作。

- ・SNS(Instagram)での短尺広告配信に適した縦型動画を、「高校生・大学生向け」1本、「20代若年社会人向け」2本(計3本)制作すること。

- ・動画の内容は、妊娠・出産に特化した表現を避け、適切な栄養摂取、睡眠、適正体重の維持、メンタルヘルスなど、現在の健康維持が将来の可能性を広げるという視点で構成すること。

- ・本業務の制作にあたっては、以下の2段階の確認プロセスを経るものとする。

A. 連携協定先の知見反映: 普及啓発の方向性やターゲットへの訴求方法についての意見反映。

B. 医療機関による監修: プレコンセプションケアに精通した産婦人科医等の専門家による医学的妥当性の確認。

- ・動画は音声(BGM、及びAIナレーション等)を含むものとするが、ミュート再生時でも視覚情報のみでメッセージが完結するよう設計すること。

- ・動画の著作権は委託者に帰属し、二次利用を可能とすること。

②SNS広告配信の運用代行・広告配信

- ・「松山市公式フェイスブック」アカウントを広告掲出主体とし、Instagramにおける広告配信設定及び運用を行う。

- ・ターゲット層(市内の高校生・大学生及び29歳以下の若年社会人 約7万人)に効果的にリーチするための広告配信設定及び最適化。

- ・SNS広告媒体費として、300,000円(税込)を本業務委託料に含めるものとする。

3. 業務期間

契約締結日から令和9年3月31日まで(動画の完成、広告配信、報告書提出まで含む。)

4. 業務内容の詳細

4.1. プレコンセプションケア普及啓発動画の企画・制作

①動画企画・構成・制作

- ・ターゲット別に、ライフスタイルに合わせた計3本の動画を制作すること。

A.高校生・大学生向け(1本):将来の選択肢を広げるための心身の基盤づくり。無理なダイエットへの警鐘や、心身の不調を放置しない習慣の重要性など。

B.20代若年社会人向け:生活習慣・栄養編(1本):忙しい日常における食事の質、睡眠、運動など、「今の自分を最高のコンディションに保つ」ためのセルフケア。

C.20代若年社会人向け:疾患予防・メンタルケア編(1本):ストレス管理、適正な受診勧奨、感染症予防など、将来のリスク低減に向けた現在の行動。

- ・ターゲット層の興味を引く具体的な企画案、構成案をターゲットごとに1つずつ(計3案)提案すること。(費用対効果を考慮し、提案数は各1つとする。)

- ・動画の目的(認知向上、具体的な行動喚起など)に応じたメッセージ案を提示すること。

- ・「妊娠・出産のためだけ」という限定的なメッセージを避け、10代～20代が今抱えている悩みや体調管理に寄り添った内容とすること。

- ・動画の長さは、SNS広告に適した15秒以内とすること。

- ・委託者による内容審査(承認)を経た上で制作及び掲出を行うこと。

- ・動画形式は静止画の組み合わせ(静止画スライドショー)又はモーショングラフィックスを基本とし、過度なアニメーションや複雑なエフェクトは避けること。

- ・SNS広告(Instagram)での視聴環境を考慮し、ミュート(消音)の状態でも、字幕やテロップのみでメッセージが完全に伝わるよう設計すること。

- ・一方で、大学祭ブースやイベント等での二次利用における訴求力を高めるため、音あり音声(BGM、及びAIナレーション等)を挿入すること。AIナレーションを利用する場合は、ターゲット層に受け入れられやすい自然な聞き取りを可能とするものを選定すること。

- ・動画内の全ての情報伝達は、既存の高品質な画像素材、分かりやすい字幕、効果的なテロップ、シンプルなグラフィックのみで行い、新規のロケ撮影やキャスティングを伴わない手法を基本とするこ

と。

- ・字幕やテロップは視認性を高く保ち、ユーザーが十分に読み取れる表示時間とすること。
- ・制作過程における委託者(連携協定先及び医療監修の確認を含む)への校正確認は原則 2 回までとする。
- ・納品データ形式は、委託者が指定する形式(MP4 等、高画質データ)とすること。
- ・動画の著作権は委託者に帰属するものとし、委託者が今後の普及啓発活動(オフライン活動、市ウェブサイト等)において自由に利用できること。
- ・動画の内容は、市民の信頼を失墜させるようなものとならないよう配慮すること。
- ・動画内に委託者のロゴや名称を適宜挿入すること。
- ・動画の完成後、委託者の承認を経て最終納品とすること。

②肖像権・著作権等の処理

- ・動画制作において使用する素材(写真、映像、イラスト、出演者等)に関する著作権、肖像権、商標権等の諸権利については、受託者が責任をもって必要な許諾処理を行うこと。これらの権利侵害が生じた場合は、受託者が一切の責任を負うものとする。

4.2. SNS 広告配信の運用代行・広告配信

①広告配信設定・権限管理

- ・受託者は、委託者が保有する「松山市公式フェイスブック」アカウントを使用し、Instagram 上での広告配信が可能となるよう、必要な設定・連携を支援すること。
- ・委託者は、受託者に対し、本業務の遂行に必要な範囲内で広告配信管理権限(広告担当者権限等)を付与するものとする。受託者は、付与された権限を本業務以外の目的に使用してはならない。
- ・広告配信にかかる費用の決済(クレジットカード登録等)は、受託者の責任において行い、媒体社への支払いを遅滞なく完了させること。
- ・契約期間終了後、受託者は速やかに付与されたアクセス権限を削除し、委託者に報告すること。

②広告配信計画の策定

- ・広告媒体費 300,000 円(税込)を前提とし、動画の広告配信目標(リーチ数、再生回数、エンゲージメント率等)を設定し、その達成に向けた具体的な広告配信計画(ターゲット設定、配信期間、予算配分、クリエイティブの A/B テストなど)を策定し、委託者に提案すること。

- ・ターゲット層(市内の高校生・大学生及び29歳以下の若年社会人 約7万人)に効果的にリーチするための広告配信設定及び最適化。

③広告配信の実施・最適化

- ・策定した計画に基づき、Instagram において動画広告を配信すること。
- ・広告配信状況をリアルタイムでモニタリングし、必要に応じて広告クリエイティブの差し替えやターゲティングの調整等、最適化を行うこと。
- ・広告配信期間中であっても、効果測定の結果に基づき、委託者と協議の上、配信対象や設定の変更を行うことができる。
- ・広告配信に起因して、SNS 上で苦情やトラブルが発生した場合は、受託者は速やかに委託者へ報告し、協議の上で適切な対応(広告の一時停止等)を講じること。

④効果測定と報告

- ・広告配信期間中、月次で広告の配信状況、効果測定データ(インプレッション数、リーチ数、再生回数、エンゲージメント数、クリック数など)を委託者に報告すること。
- ・最終報告書には、媒体社(Meta 社)から発行された広告費の請求金額又は配信実績(管理画面のキャプチャ等)が確認できる書類を添付し、300,000 円(税込)が適正に執行されたことを証明すること。
- ・契約期間終了後、最終的な広告配信結果、考察、今後の改善提案をまとめた報告書を提出すること。

5. 納品物

- ・プレコンセプションケア普及啓発動画データ一式(計3本、委託者指定の高画質データ形式)
- ・広告配信期間中の月次報告書
- ・広告配信結果最終報告書(媒体社への支払実績を証明する書類を含む)
- ・広告配信設定(権限付与)解除完了報告書

6. 費用

- ・見積価格には、以下の費用をすべて含めること。
- A.4.1(動画3本の企画・構成・制作費、医療機関による監修費、連携先調整費、著作権処理費用等)
- B.4.2(SNS 広告配信設定、運用代行、報告書作成費等)

C.SNS 広告媒体費(広告料)として 300,000 円(消費税及び地方消費税を含む)

- SNS 広告媒体費については、受託者が媒体社(Meta 社)へ支払った最終的な実績額(税込)に基づき、契約金額を減額する変更契約を締結するものとする。
- なお、広告媒体費の実績額が 300,000 円(税込)を超過した場合、その超過分については受託者の負担とする。
- 委託者の担当者による完了確認後、受託者は速やかに請求書を提出するものとする。

7. その他

- 本業務の実施に当たり、委託者との綿密な連携を密にすること。
- 本業務を処理するための個人情報の取扱いについては、松山市個人情報保護条例を遵守するとともに、別記「個人情報取扱特記事項」を遵守しなければならない。
- この仕様書に記載のない事項について、又は、疑義が生じた場合は、委託者と受託者が協議を行い決定する。