若年層に向けた自殺予防相談窓口の広報・周知にかかる企画業務仕様書

**１．事業名称**　　　若年層に向けた自殺予防相談窓口の広報・周知にかかる企画業務

**２．業務目的**

大阪府では若年層向けの支援を対策の柱の1つに置き、専用電話やSNS相談の窓口を開設するなど相談体制の充実を図ってきた。

しかし、令和2年の大阪府の自殺者数は前年より178人増の1,409人と、これまでの減少傾向から増加に転じ、令和元年との比較では、若年層、特に女子の学生生徒等の自殺者数が大きく増加し、引き続き令和3年も増加傾向にあります。

また、大阪府で実施したコロナ禍での府内大学等におけるこころの健康相談に関するアンケート結果では、行動面での制限や生活リズムの乱れなどで心身の調子を崩す学生が増加しているとの意見があった。

そこで、コロナ禍でこころの不調をきたす学生を中心とした若者をターゲットに、環境の変化がさらなる若者の自殺につながることのないよう、不安や悩みを抱える若者を一人でも多く相談窓口につなげることで、府内の自殺者数減少につなげる。

**３．契約期間**

　契約締結日から令和５年３月３１日（金）まで

**４．業務内容及び提案事項**

上記事業目的を達成するためには、行政が発するメッセージをターゲットに直接伝えて誘導していく必要がある。次の業務を一括して実施するには、企画段階においても行動からターゲットを特定し、親和性のあるメッセージを提供できるなど、高度な技術とノウハウが要求される。なお、業務の実施にあたっては、大阪府（以下「発注者」という。）と十分に協議・調整をすること。

|  |
| --- |
| **自殺防止啓発動画の制作及び広報・周知** |
| 1. **自殺防止啓発動画の企画・制作** |
| 1. 動画の主なターゲットは10歳代後半から20歳代の者とした、「自殺防止啓発動画」の規格及び制作をすること。 2. 制作する動画は２種類とし、コンセプトは次のア及びイとする。   **ア　若年層（10歳代後半から20歳代（特に女性））の悩みを抱えている当事者をターゲットとしたもの**  15秒の動画を制作（映像もしくはアニメーション）  【伝える情報】  動画に盛り込む情報として、（ア）~（ウ）の項目は必ず内容に盛りこみ、（エ）以降の項目  については、提案するテーマに合わせて1以上設定し、内容に盛り込むこととする。  (ア)　 興味・関心を持ちやすい訴求性の高いもの  (イ)　 大阪府の相談窓口  (ウ)　 ターゲット層の女性に関心が持てるもの  (エ)　 ・・・  **イ　若年層（10歳代後半から20歳代）のア以外の者をターゲットとしたもの**  15秒の動画を制作（映像もしくはアニメーション）  【伝える情報】  画に盛り込む情報として、（ア）~（イ）の項目は必ず内容に盛りこみ、（ウ）以降の項目  については、提案するテーマに合わせて1以上設定し、内容に盛り込むこととする。  (ア)　 興味・関心を持ちやすい訴求性の高いもの  (イ)　 大阪府の相談窓口  (ウ)　 ・・・  ③　動画の制作にあたっては、本府と協議を行い、内容を決定した上で、絵コンテ、シナリオ、ナレーションを作成した上で、映像制作を行うこと。  ④　動画の制作に必要な機材等は全て受注者が用意したうえで、画像の加工、音声、ナレーション、テロップ、ＢＧＭの挿入等の編集作業を行うこと。  ⑤　基本的には映像もしくはアニメーションのみでも内容が伝わるものとするが、障がいのある人への配慮として、必要であれば字幕をつけること。  ⑥　動画の完成までは、本府による複数回の内容確認及び修正等の指示を受けること。(最低２回)  ⑦　配信した啓発効果等の結果を反映するため、完成後の動画に対し、本府と協議したうえで複数回の修正等の指示を受けること。（最低1回）  ⑧　動画の制作過程の節目（シナリオ完成時、ナレーション原稿完成時等）においても、発注者にその内容について、報告すること。  ⑨　動画の要件・規格については以下のとおりとすること。   |  |  | | --- | --- | | 再生時間 | １５秒 | | 解像度 | フルハイビジョン以上 | | 対応言語 | 日本語 | | その他 | YouTube、TikTok等、多様な広告に掲載可能なものとする |   ⑩　複数年にわたり長期間使用可能で、汎用性が高いもの。  ⑪　他者が保有する資料映像や静止画等を使用する場合は、「６．①著作権及び使用料について」の項目に従うこと。  ⑫　コンテンツに記載の法律的根拠については、受託者において法的専門家に確認する等の手法で担保すること。  ⑬　台詞等において、商品の宣伝、反社会的な思想、差別的な表現、公序良俗に反する表現など府の啓　発動画としてふさわしくない内容は盛り込まないよう配慮すること。  ⑭　動画に「大阪府健康医療部保健医療室地域保健課」という表示を入れること。  ⑮　撮影した映像・静止画は、将来的に啓発素材等として使うことができるよう、最終成果物に使用しなかったものも含めてアーカイブとして整理し、成果物とあわせて提出すること。  【提案を求める内容】  ○制作する動画のテーマを複数提案すること。  ○動画のターゲット及びテーマに合わせ、動画に掲載する情報を府が指定するもの以外に1以上提案すること。  ○動画の内容（全体構成デザイン、シナリオ、絵コンテ、登場人物のデザイン、ＢＧＭ、ナレーション、映像素材の入手等）を提案すること。  ○動画制作の計画（体制、スケジュール、費用等）を提案すること。  ※提案にあたっての留意事項  　・動画は、興味・関心を持ちやすい訴求力の高いもので、こころの相談窓口の情報を簡潔にまとめていること。（分かりやすいもので、見てもらえることが必要。）  ・動画は、自分のこころの健康に関心を持ち、自分がどのようなこころの健康状態なのか気付いてもらえるよう、興味関心を持ち、分かりやすい内容であること。  ・動画は、悩みは誰にでもあることを伝え、興味関心を持ち、分かりやすい内容であること。  ・動画は、安心して相談できる場所があること、どんなことでも相談してよいことが伝わる内容であること。  ・動画を通して、相談すれば心が軽くなるかもと思わせる内容であること。  ・ストーリー・内容を重視し、テーマが直接伝わるものであること。  ・音声・ＢＧＭがなくても映像だけで内容が伝わるものであること。  ・コンセプトに合わせて設定した情報が伝わるようにすること。  ・動画をYouTube広告で活用することも想定しているため、**最初の5秒**でスキップされないように対象層が興味をひき、最後まで見てもらえるよう、内容、構成を工夫すること。また、スキップされても十分内容が伝わるようなものであるよう、内容、構成を工夫すること。  ・事前に専門家等の意見を聴取すること。  ・「自殺対策を推進するためにメディア関係者に知ってもらいたい基礎知識（2017年版）」の内容を参考にすること。  　（参考URL）https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/hukushi\_kaigo/seikatsuhogo/jisatsu/who\_tebiki.html  ・ターゲットのマーケティング調査などを参考とすること。  ・契約期間内に計画的・効率的に進行しつつ、ターゲットに動画を最後まで見てもらうという点が達成できるような計画・体制・費用配分となっていること。 |
| **（２）府の相談窓口案内のウェブサイト企画・制作** |
| 1. 相談窓口の活用を促すために、府の相談窓口案内ウェブサイトページの企画・制作すること。 2. ウェブページは、大阪府こころの健康総合センターが開設する「こころのオアシス」内に制作すること。   ③　以下のとおり制作したウェブページの運営を行うこと。  ア　ウェブページの更新  イ　掲載情報の追加・修正・更新、既存ページの改修  ウ　サイト内へのリンク、バナー作成、SNSボタンの作成・追加・削除  エ　コンテンツの追加、変更及び修正等についての対応  ④　留意事項について  ア　制作について  （ア）スマートフォン・タブレットなど、各種の端末に対応する構成・デザインであること。  （イ）制作に当たっては、大阪府と協議を行うこと。なお、画面デザインや画面構成等は、事前に大阪府へレビューを行い、承認を得ること。  （ウ）利用者にとって分かり易く効果的なサイト構成とし、魅力的なデザイン(カラーリング、レイアウト)を制作し、多くの利用者が目的の情報を得ることができるよう、ユニバーサルデザインに配慮すること。  （エ）ユーザビリティ・アクセシビリティに配慮し、誰もが見やすく、分かりやすい表現でページを制作すること。  （オ）写真等の著作権利用に要する費用については、受託者の負担とすること。  （カ）大阪府が制作したサイトであることを明確にすること。  （キ）ウェブページ公開後に、コンテンツを追加・改修することを考慮した設計とすること。  イ　多言語（英語、中国語（簡体・繁体）、ハングル）対応とし、自動翻訳システムを付与すること。  ウ　必要な機能について  （ア）ウェブページ全体  ・Internet Explorer、Microsoft Edge、Safari、FireFox、Opera、Google Chromeなど、インターネットを通じ可能な限り多くのブラウザで正しく表示されること。  ・各ページにおけるアクセス数等、アクセス解析ができる機能を有すること。  【提案を求める内容】  ○著作権に配慮し、可能な限りイメージを具体的に再現したデザインを提案すること。  ○広報媒体で掲出する相談窓口案内ウェブサイトのデザイン案（画像データやテキストデータ）を１案以上提案すること。  ○閲覧対象者が上記（１）で提示した対象者であることを想定したデザインを提案すること。  ○ウェブサイト制作の計画（体制、スケジュール、費用等）を提案すること。  ※提案にあたっての留意事項  　・視覚的な見易さに配慮し、できる限り対象の目に留まる視認性や訴求性が高いものであること。  ・スマートフォン・タブレットなど、各種の端末に対応する構成・デザインであること。  ・ウェブサイトページ内に大阪府の相談窓口及び連絡先（電話番号等）を掲載し、スマートフォン等からクリックすることにより直接電話等の利用ができるようにすること。 |
| **（３）SNSを活用した広報・周知業務** |
| ■SNSを活用した広告配信・ウエブサイト誘導業務  YouTube、LINEnews、Instagram、TikTok等の広告枠を活用した広報・周知を実施すること。  ①　配信期間・回数  令和４年7月25日から令和5年3月31日までの期間を目安とし、府と協議のうえ決定すること。  　　　※期間中、3カ月程度の強化期間を設けること。  （8月中旬から9月中旬、12月中旬から1月中旬、3月を想定）  ②　配信対象  ・　年代及び性別　10歳代後半～20歳代  ・　広告配信地域　大阪府全域  ・　配 信 機 器 スマートフォン端末・タブレット・パソコン  ③　啓発効果測定と改善策の実施  随時、各コンテンツでの効果測定を行い、改善策を講じながら業務を実施すること。  ④　その他上記業務に付随する業務  　　その他上記を実施する際に付随する業務を実施すること。  ⑤　その他留意事項  ア　配信報告書を作成すること。  報告書の作成については、３回の強化期間後に実施すること。  広告の配信中は概ね１週間毎に広告に係る進捗状況（配信回数やクリック数等）を報告すること。  広告表示数、広告からのサイト誘導数、視聴者の属性（年齢、地域、地域別、時間帯等）の分析数値等を報告すること。  実績や分析状況の報告書の作成にあたっては、発注者と協議し、協議した内容も併せて報告すること。  イ　報告書に基づき、表示数が提案した目標を下回る場合は、受注者の責任において、期間の延長及び他のコンテンツの活用など表示数が目標回数を上回る方策を実施すること。  【提案を求める内容】  ○府が作成する相談窓口案内のウェブサイトへの広報媒体からの誘導方法について提案すること。  ○表示数は、府が設定した各コンテンツの表示回数をベースに広報に効果的な回数を提案すること。  　※目標表示回数は、設定表示回数をベースに多少前後しても構いません。  （表示回数を変更する場合はその理由も提案してください。）  ※その他、効果的な広告手法があれば提案すること。  ※それぞれの広告媒体について、達成可能なKPIを設定し、提案に含める事。  ※最終的な広告手法は府と協議の上決定すること。  （設定表示回数例（7月25日から3月末まで））  YouTube：350万回以上再生  LINEnews：250万回以上  Instagram：300万回以上  TikTok：500万回以上  ○配信計画（広告配信スケジュールの策定（期間や配信する時間帯等）、費用等）を提案すること。  ○啓発を高める効果測定方法を提案すること。  ○広告媒体毎のインプレッション数やクリック数の把握に加え、ターゲットに対して具体的にどのような効果があるのか等が分かる測定方法も提案すること。  ※提案にあたっての留意事項  ・契約期間内に計画的・効率的に進行しつつ、ターゲットに動画を最後まで見てもらうという点が達成できるような計画・体制・費用配分となっていること。 |

|  |  |
| --- | --- |
| YouTube | 上記（１）で制作した動画を、話題性、拡散性等を確保するため、YouTube広告を活用して配信すること。また、相談窓口の活用を促すために、上記（２）で制作した相談窓口案内のウェブサイトへと誘導を行うものとする。  ○　配信方法  前項について、投稿動画がインターネット上で広く視聴されるよう目標回数を設定のうえ、「インストリーム広告（スキップ可能な動画広告）」を実施すること。また、「Call-to-Actionオーバーレイ」等を活用して府の相談窓口案内のウェブサイトへと誘導を図ること。 |
| LINEnews | 上記（１）で制作した動画を、話題性、拡散性等を確保するため、LINEnewsの広告枠を活用して配信すること。相談窓口の活用を促すために、上記（２）で制作した相談窓口案内のウェブサイトへと誘導を行うものとする。 |
| Instagram | 上記（１）で制作した動画を、話題性、拡散性等を確保するため、Instagram用ニュースフィードを活用して配信すること。相談窓口の活用を促すために、上記（２）で制作した相談窓口案内のウェブサイトへと誘導を行うものとする。 |
| TikTok | 上記（１）で制作した動画を、話題性、拡散性等を確保するため、TikTok用インフィードを活用して配信すること。相談窓口の活用を促すために、上記（２）で制作した相談窓口案内のウェブサイトへと誘導を行うものとする。 |
| **（４)　その他（１）で制作した動画を活用した広報戦略の立案及び実施** | |
| 【内容】  （１）①で示すターゲット層に対し、（２）～（３）の業務以外に、広く動画が視聴されるような効果的な広報戦略を立案し、実施すること。また、広告スケジュールを策定すること。  【提案を求める内容】  ○立案・実施にあたっては、以下の例を参考に、様々な要素について検討し提案すること。  ア）発信する媒体（SNS、サイネージ、ポスター等）  イ）発信する場所（ショッピングモール、レジャー施設、電車の車両、駅、イベント等）  ウ）発信方法  エ）発信にあたっての連携・協力先  オ）拡散手段  カ）発信する時間帯  キ）想定される効果（どれだけの府民に届くか）等  ○契約期間内に計画的かつ効率的に進行できるよう、広報計画（全体の広告配信スケジュールの策定、費用等）を提案すること。  ※提案にあたっての留意事項  ・啓発動画を多くの府民に効果的に視聴してもらえる創意工夫を凝らした活用方策であること。  ・話題性、拡散性が期待できる活用方策であること。  ・契約期間内に計画的・効率的に進行しつつ、ターゲットに動画を最後まで見てもらうという点が達成できるような計画・体制・費用配分となっていること。  【提案を求める内容】  ○立案・実施にあたっては、以下の例を参考に、様々な要素について検討し提案すること。  ア）発信する媒体（SNS、サイネージ、ポスター等）  イ）発信する場所（ショッピングモール、レジャー施設、電車の車両、駅、イベント等）  ウ）発信方法  エ）発信にあたっての連携・協力先  オ）拡散手段  カ）発信する時間帯  キ）想定される効果（どれだけの府民に届くか）等  ○契約期間内に計画的かつ効率的に進行できるよう、広報計画（全体の広告配信スケジュールの策定、費用等）を提案すること。  ※提案にあたっての留意事項  ・啓発動画を多くの府民に効果的に視聴してもらえる創意工夫を凝らした活用方策であること。  ・話題性、拡散性が期待できる活用方策であること。 | |

**５．業務進行予定及び体制等の策定**

1. 計画を立てて進行管理を行うこと。詳細については、事前に発注者と協議すること。
2. スケジュールの進捗状況を、発注者が随時確認可能な業務体制とし、窓口となる担当者を定めること。

【提案を求める内容】

○事業全体のスケジュール及び業務ごとのスケジュールについて、表形式で提案すること。

○動画制作の体制・配置人員を提案すること。

○事業全体を総括する総括責任者及び各業務において責任者を設定すること。

○過去（平成31年4月1日以降）に同種又は類似した業務（特に映像制作）を完了した実績があれば記載すること。

※提案にあたっての留意事項

　・契約期間内に計画的かつ効率的に進行できるような計画・体制とすること。

６．事業全体に係る留意点

①　著作権及び使用料等について

・本事業における企画、映像等一切の著作権料及び使用料等についてはすべて委託金額内に含むものとする。

・本事業における成果物の著作権（著作権法第21条から第28条に定める権利を含む。）については、発注者に帰属するものとする。また、本事業終了後においても発注者がその保有する広報媒体等を活用して公表等を行うにあたり、著作権使用料等が別途発生しないようにし、自由に無償で使用できるものとするとともに、著作者人格権（著作権法第18条第１項、第19条第１項及び第20条第１項に定める権利を含む。）の行使をしないこと。

・本事業による成果物については、使用料、その他名目の如何を問わず、使用の対価を一切請求することができない。

・成果物については、発注者及び発注者から許諾を得た第３者の自由な使用を認める。

・成果物に使用されるすべてのものは、必ず著作権等の了承を得て使用すること。

・成果物が第三者の著作権等を侵害したことにより当該第三者から制作物の使用の差し止め又は損害賠償を求められた場合、受注者は発注者に生じた損害を賠償しなければならない。

②　施設の利用料等について

　・施設等での撮影にあたっては施設等管理者との協議の上、利用料等が発生する場合は、委託金額内に含むものとする。

③　学識者等への謝金の支払い等について

・動画の制作にあたり、助言を求めた学識者への謝金の支払い等が発生する場合は、委託金額に含むものとする。

④　個人情報の保護について

・本事業で制作する動画は公表を前提とするため、個人情報の保護その他法令順守に十分配慮して制作すること。

７.　成果品等（提出物）

①　動画のデータ及び広告データ

・DVD―R　50枚（DVDとして再生できるもの）

※一般的な家庭用プレーヤーでの再生及びDVDドライブ付パーソナルコンピューターでの再生可能な形式とすること

・配信用データ　　YouTube等やホームページで再生可能な様式（ｍｐ４、WMV、AVI等）

②　納品

上記成果物については、次の日時、提出先へ納品する。

ア　提出時期：　令和４年７月２０日（水）まで

イ　提出先　：　大阪府健康医療部保健医療室地域保健課 精神保健グループ

大阪府大阪市中央区大手前２丁目１番２２号　大阪府庁本館６階

　※制作した動画等に係る所有権、著作財産権については、発注者に帰属するものとし、また著作人格権（ただし既に第三者の権利のものを除く）は行使しないものとする。

８．事業完了報告

本業務完了後、以下の書類をもって、事業完了報告を行うこと。

最終結果をもとにした（基本対面での）報告会を実施し、大阪府における今後の啓発活動について助言行うこと。その際、若年層（特に希死念慮があるもの）に対して具体的にどのような効果があったのかについても報告すること。

・業務完了報告書　　　１部

・実績報告書（事業の詳細な実施状況が確認できるもの）　　１部

①　提出時期　：　令和５年３月31日（金）まで

②　提出先　　：　大阪府健康医療部保健医療室地域保健課 精神保健グループ

大阪府大阪市中央区大手前２丁目１番２２号　大阪府庁本館６階

1. 納品形式
2. 文書形式のものは、印刷物（納品：１部）及び電子データにて納品すること。

映像や静止画形式のものは、電子データにて納品すること。

電子データはDVD－Rに格納の上、各メディアの盤面及びケースには、格納データに関する内容を表記すること。（納品：１枚）

1. 文書形式の電子データはMicrosoft社のWord形式、映像はMP4形式、静止画についてはJPEG形式とすること。
2. ホームページをはじめ各種媒体で本電子データを利用する可能性があるため、必要に応じ発注者が指定する上記以外のデータ形式への変換を依頼する場合がある。
3. 業務完了後に、受託者の責任に帰すべき理由による成果物の不良個所があった場合は、受託者は速やかに必要な訂正、補足等の措置を行うものとし、これに対する経費は受託者の負担とする。
4. 電子媒体によるデータ納品については、ウイルス対策ソフトにより検査した上で納品すること。納品物が納品時点でウイルス感染していることにより、委託者又は第三者が損害を受けた場合は、全て受託者の責任と負担により、原状回復及びその他賠償等について対応すること。

10．再委託

再委託は原則禁止する。ただし、専門性等から本業務の一部を受託事業者において実施することが困難な場合や、自ら実施するより高い効果が期待される場合は、再委託により実施することができる。再委託により実施する場合は、発注者と協議し承認を得ること。

11 その他特記事項

① その他、本仕様に定めのない事項で疑義が生じたときは、担当職員と協議し、その指示によること。

② 業務上知り得た情報を他人に漏らさないこと。

③ 企画提案及び契約の手続きにおいて用いる言語及び通貨は、日本語及び日本国の通貨によるものとする。