

いただいたご質問

	質問	回答	回答日
1	成果物の中で、SNS等とありますがYouTube以外のSNSで動画サイズの比率が異なりますが、どのSNSで利用するかも含めてこちらからの提案という理解で合っていますでしょうか？	府健康づくり課で運用しているSNSはYouTubeとX（旧Twitter）です。上記に限らず広報・啓発業務は、提案事項に含みます。	2024/3/6
2	成果物の中の15秒尺について、具体的にはどこで利用する前提でのご指定でしょうか？	府が自ら使用する場合は、イベントでの出展やステージ、街頭や役所内等のサイネージやSNSを想定しています。上記に限らず広報・啓発業務は、提案事項に含みます。	2024/3/6
3	プレゼンテーションについて、機材の持ち込みはできないとありますが、場所は大阪府庁本館の予定で合っていますでしょうか？	大阪市内（大阪府庁）を想定しています。提案書類を持参いただいた際に詳細をお示しいたします。	2024/3/6
4	要項にあります「既存の動画は、健診受診促進や糖尿病に関する府民向けのものしかないため」の既存の動画を共有願えますでしょうか	2月22日の説明会でご案内しました次のURLよりご確認をお願いします。 https://www.pref.osaka.lg.jp/ibarakihoken/tiikihokenka/keihatsu2022.html	2024/3/6
5	動画を通じて得たい行動（態度変容）は、以下でよろしかったでしょうか？ ・事業主：従業員への、健診促進+健診結果による医療機関受信促進 ・従業員：健診促進+健診結果による医療機関受信促進	お見込みのとおりです。（なお、医療機関「受診」促進です。）	2024/3/6
6	5を踏まえて、変化の目標指標（数字）はありますか？ （例）■■の●率を現在のA%からB%に向上	第4次大阪府健康増進計画（令和6年3月策定予定）では「生活習慣病による疾患に係る未治療者割合（糖尿病）」を現在37.4%（令和2年度）から令和17年度までに34%まで減少させることを目標としています。	2024/3/6
7	5の得たい行動（態度変容）ですが、現在得れてない理由はどのようにお考えでしょうか？ 例えば、 ・何が原因で事業主は、従業員に健診を受けさせない？ ・健診を受けたい従業員が困っている（会社に無視されている）現状がある？ ・これまでに、本課題を解消するために実施してきた（が、結果は得れていない）ことは？	糖尿病の重症化や合併症の予防のためには、生涯にわたって定期的な通院が必要となる場合が多くありますが、就労世代（20～59歳）の「糖尿病が強く疑われる人」のうち、治療を受けていない人は3割にものぼるとされています。また、治療中断者へのアンケートでは、仕事が忙しいといったことが中断理由の上位に挙げられています。（厚生労働省「事業場における治療と仕事の両立支援のためのガイドライン」参照） なお、提案に際し、上記に限らず提案事業者の知見により、現状や課題の分析を行っていただいで構いません。	2024/3/6

いただいたご質問

	質問	回答	回答日
8	類似プロモーションの活用を提示することになっていますが、「類似」の定義をお願いします	行政機関等の啓発動画制作、プロモーション業務です。	2024/3/6
9	(1) 動画の内容 (イ) エビデンス取得のため有識者等をご紹介いただくことは可能でしょうか。	こういった有識者に何を尋ねたいか示していただければ、府から紹介できるよう努めます。なお、ヒアリングにかかる日程調整や報償等の事務経費は委託料に含めてください。	2024/3/6
10	(2) 撮影・編集 (ア) 本編版について、字幕は不要でしょうか。	提案事項に含みます。	2024/3/6
11	(3) 広報啓発 (ア) セミナーや交流会での放映以外に、大阪府様側で想定している動画の活用方法があれば教えてください。	府が自ら使用する場合は、イベントでの出展やステージ、街頭や役所内等のサイネージやSNSを想定しています。上記に限らず広報・啓発業務は、提案事項に含みます。	2024/3/6
12	(3) 広報啓発 (ア) 糖尿病重症化の予防啓発に関して、他に実施している取組みがあれば教えてください。	チラシ啓発等により健診の受診促進等を実施しています。	2024/3/6
13	業務目的などには「事業主向け」の啓発動画を制作と記載があり、審査基準には「府民」の注目を集めると記載があります。 どちらを重視されておられますか？	仕様書に記載のとおりです。審査基準の配点なども参考としてください。	2024/3/6