

特定健診受診勧奨強化広告
実施計画作成・実施及び広告素材作成業務 委託仕様書

1 委託業務の名称

特定健診受診勧奨強化広告 実施計画作成・実施及び広告素材作成業務

2 委託業務の目的

本県における国民健康保険特定健康診査（以下「健診」という。）の受診率は、依然として低い状況が続いていることから、受診率の向上は喫緊の課題となっている。

この状況を踏まえ、保険者である市町が、健診対象となる被保険者に対し、様々な受診勧奨を実施している。これら市町の個別具体的な勧奨にあわせて、県が特定健診に係る広告を行うことにより、より一層の健診の受診促進を図ることができると考えられる。

3 委託業務の期間

令和8年4月1日から令和9年3月31日まで

4 委託業務の内容

令和7年度に作成した完了報告書を精査することにより、令和8年度における広告の実施計画の作成及び実施と広告素材の作成を行う。

なお、令和7年度までに作成した県が提供する広告素材も使用可能である。

また、県が市町の取組を支援するため、健診の受診促進に使用する広告ツールの納品等を行うこと。

委託する業務は次のとおりであるが、それぞれ素案を作成した段階で市町と協議を行うため、協議時期を含め、企画立案から業務完了まで無理のない工程とするこ

と。

(1) 実施計画の作成及び広告の実施

完了報告書を精査するほか、次に掲げる点に留意すること。

実施計画に基づき事業を実施するため、準備と実施の時期を示したスケジュールを提示すること。

ア 完了報告書を踏まえて内容を検討して作成すること。

イ 市町による集団健診の実施日程や、健診を実施する機関の受入態勢を考慮すること。特に健診開始の始期、終期は市町によって差異がある。感染症の影響がある場合も想定しておくこと。

ウ 春の健診開始時期（4、5月）、秋の個別受診勧奨時期（9、10月）を中心に広告を行うことが考えられる。特に秋の個別勧奨時期に係る広告実施は必須とすること。（健康無関心層向け、受診勧奨強化月間用）

エ 広告の媒体はテレビCMを必須とするが、より一層の効果が期待できる場

- 合は、他の媒体の提案あるいは併用も可能とする。
特にデジタル媒体を活用した広告の提案があれば記載すること。
- オ 既存のチラシ及びポスターを含めた広告ツールの効果的な利用方法を盛り込むこと。
- カ 下記WEB特設サイトを前年度契約業者から引き継ぐこと。また、ページの制作・修正・変更をするとともに、リンク切れのないよう管理すること。
URL : <https://kokuhotokuteikenshin-yamaguchi.com/>
- キ 事業効果の検証方法を記載すること。健診におけるアンケート調査など、県や市町等の協力が必要な場合は、その具体的な内容を記載すること。
- ク スケジュールを組む際には、作成する広告素材やツールの修正、市町との協議、確認などに必要な期間を考慮すること。
- ケ アンケート等を実施し、令和8年度実施計画に係る効果検証を行うこと。
- コ 下記参考2の令和6年度における本県の特定健康診査受診率を踏まえて、受診率の低い市町に向けた効果的な広告手法を提案すること。

(2) 広告素材及びツールの作成

(1) により作成する実施計画を踏まえ、必要な広告素材・ツールを作成すること。

なお、次に掲げる点に留意するものとする。

- ア 企画提案書で、簡単な絵コンテなど内容がイメージできる資料等を示すこと。
- イ 動画作成に当たっては、まず、市町との協議・確認に使用する、より詳細な絵コンテを示し、県の指示に応じて必要な修正を行うこと。
- ウ イの後に作成する動画については、市町と協議・確認が可能な形で示し、県の指示に応じて必要な修正を行うこと。
- エ 作成する広告素材・ツールには「国民健康保険」の文字を入れること。
- オ ティッシュなどの配布物等は作成できないことに留意すること。
- カ 備品の調達・作成はできないことに留意すること。
- キ 令和8年度から県内全域で開始する診療情報を活用した「みなし健診」事業について、別紙広告素材一覧の⑩のとおりポスター案を作成中である。
⑩みなし健診ポスター案は、現在校正中のため、デザインの修正があることを考慮すること。

「みなし健診」事業に係る詳細は、下記WEB特設サイト又は山口県国民健康保険団体連合会のHPで確認すること。

WEB特設サイト URL:<https://kokuhotokuteikenshin-yamaguchi.com/>
国保連HP URL : <https://www.kokuhoren-yamaguchi.or.jp/deemed.html>
また、当ポスターの効果的な掲示場所等について提案すること。

- ク 医療機関及びその他商業施設などにおいて、「みなし健診」の認知度向上を目的としたポスター以外の広告手法について提案すること。

(3) 市町等へ納品する広告ツールの作成

①健診の受診促進に使用する、以下のツールを作成して納品すること。

<令和7年度作成実績>

広告ツール及び素材	納品部数	納品先
チラシ A4, 4/4c, コート 73kg	100,000 部	
ポスター ①A2, 4/0c コート 135kg	300 部	県及び19市町、国保連合会
ポスター ②B4, 4/0c コート 135kg	700 部	

※別紙にある広告素材を使用すること。

※納品部数は想定数であるため、変更があることを留意すること。

②WEB特設サイトを次年度契約者へ引き継げるよう必要な準備を講じること。

③「みなし健診」事業で使用する、以下のツールを作成して納品すること。

広告ツール	留意事項
ポスター (別紙広告素材一覧の⑩)	<ul style="list-style-type: none">素材及び納品部数は提案する掲示場所に適したものを想定すること
みなし健診事業認知度向上のための広告素材	<ul style="list-style-type: none">参考2にある未受診者におけるみなし健診対象者数に留意すること

5 成果物の提出

(1) 制作した広告素材を収めたCD-ROM等の媒体 2枚

(2) 事業実施報告書 2部

(3) その他、委託者と協議して定めるもの

6 その他条件

(1) 受託者は、委託契約の締結後、速やかに業務の実施スケジュールを作成し、委託者の承認を得ること。

(2) 業務の実施に当たっては、常に委託者と密接な連携を図り、業務の各段階で委託者と協議を行うこと。

(3) 受託者が作成した広告素材の著作権は、委託者に帰属するものとし、加工や2次使用が可能とすること。

(4) 本仕様書の内容に疑義が生じたとき又は本仕様書に定めのない事項については、委託者と十分に協議し、その指示を受けること。

《参考1》一般的な特定健康診査の年間予定

時 期	内 容
4月～5月	受診券の送付
5月～12月	個別健診の実施
5月～7月、10月～12月	集団健診の実施
9月～10月	未受診者への受診勧奨

※健診の実施時期については市町により異なるため、注意すること。

《参考2》令和6年度における本県の特定健康診査受診率

市町名	対象者数	受診者数	受診率	未受診者における みなし健診対象者数
下関市	32,248	10,274	31.9%	2,329
宇部市	18,953	6,646	35.1%	1,689
山口市	21,706	7,643	35.2%	1,705
萩市	7,250	2,887	39.8%	604
防府市	13,234	4,714	35.6%	1,112
下松市	6,154	2,411	39.2%	447
岩国市	17,163	6,205	36.2%	953
光市	6,301	2,257	35.8%	533
長門市	5,036	1,901	37.7%	455
柳井市	4,527	1,448	32.0%	87
美祢市	3,338	1,347	40.4%	285
周南市	17,097	6,465	37.8%	1,338
山陽小野田市	7,425	3,048	41.1%	431
周防大島町	2,780	1,002	36.0%	92
和木町	714	339	47.5%	34
上関町	476	159	33.4%	6
田布施町	2,021	707	35.0%	73
平生町	1,629	661	40.6%	32
阿武町	617	293	47.5%	7

《参考3》本県の被保険者状況

○年齢構成

	40歳～49歳	50歳～59歳	60歳～69歳	70歳～74歳
被保険者数	21,045人	26,743人	72,662人	87,354人
構 成 率	8.5%	10.8%	29.2%	35.2%

○世帯主の職業状況

職 業	農林水産業	その他自営業	被用者	その他の	無職
世帯数	3,400	21,000	44,700	4,400	70,650
構成率	2.0%	12.2%	25.9%	2.6%	40.9%

※職業不詳の世帯を除く

(資料：厚生労働省 令和5年度 国民健康保険実態調査報告)