

「健康横浜 2 1 普及啓発・広報プロモーション業務委託」業務説明資料

本説明書に記載した内容には、現在検討中のものも含まれるため、本プロポーザルのみの設定条件とし、将来の業務実施の条件となるものではありません。

1 件名

健康横浜 2 1 普及啓発・広報プロモーション業務委託

2 履行期限

契約締結日から令和 6 年 3 月 31 日まで

3 履行場所

横浜市健康福祉局地域福祉保健部健康推進課（横浜市中区本町 6 -50-10）、受託者社内及び委託者が指定した場所

4 業務目的

健康増進法に基づく横浜市の健康増進計画「第 3 期健康横浜 2 1」（令和 6 年度スタート予定、素案検討中。**別添 1**）が目指す「健康寿命（※）の延伸」には、青年期（16～22 歳頃）、成人期（20～39 歳）及び壮年期（40～64 歳）の意識や行動の変化を伴う生活習慣の改善が特に重要となっている。

この訴求対象者を中心とした市民に向けて、横浜市が目指す健康づくりの方向性の認知を高めるとともに、健康づくりを楽しく魅力的なものと感じてもらい、日々の生活習慣として定着させるための戦略的な普及啓発・広報プロモーションの企画・実施・提案を目的とする。

（※）健康寿命：健康上の問題で日常生活が制限なく生活できる期間

5 業務の前提

本市において健康づくりや健康寿命の延伸を PR する広報キャラクター（イラスト）として「よこはま健康ファミリー」を設定している（**別添 2**）。これに加えて、「第 3 期健康横浜 2 1」が目指す市民の姿がイメージできる実写を中心とした、「横浜市中期計画 2022～2025」とも調和が取れた資材による広報プロモーションの実施を目指している。

「第 3 期健康横浜 2 1」（**別添 1**）では、健康寿命の延伸に向けた「主要な健康課題」、健康に関心がある人だけに届きやすい取組に偏らないための「取組を推進する 10 の視点」、市民一人ひとりが世代に応じた健康づくりに取り組めるようにする「ライフステージ別の市民の行動目標」等を検討中であり、これらを踏まえた普及啓発施策の企画立案が必要となっている。性別・世代別にターゲットを絞った広報プロモーションにより、健康づくりをより多くの市民に自分事として捉えてもらうことを目指している。

本業務の遂行にあたっては、これらの本市が目指す方向性を踏まえること。

6 業務概要（【提案業務】及び【必須業務】）

本プロポーザルの提案書には、【提案業務】について記載してください。

【業務概要の全体像】

ターゲット	乳幼児期～青年期		成人・壮年期		高齢期
	乳幼児期・ 学齢期（～15歳）	青年期 （16～22歳頃）	成人期 （20～39歳）	壮年期 （40～64歳）	高齢期 （65歳～）
（1）年間進捗管理【提案業務】					
（2）「第3期健康横浜21」のブランド要素の作成（ブランドストーリー、動画）					
		① 【必須業務】	② 【必須業務】	③ 【必須業務】	
		④ 【提案業務】			
（3）特定ターゲットへの普及啓発施策とその効果拡大を図る広報プロモーションの企画提案書の作成【必須業務】					
		18～22歳頃		40歳代男性 40～50歳代女性	
			1日の大半を職場で座って過ごす人		
（4）40～50歳代女性をメインターゲットとした栄養・食生活、運動のチャレンジ企画の企画・実施【提案業務】					
（5）（4）の参加者増を図る広報プロモーションの企画・実施【提案業務】					
（6）（4）～（5）の効果検証の企画・実施【提案業務】					
（7）（4）～（6）の取組状況を活用した更なる広報プロモーションに向けた資料作成【必須業務】					
				40～50歳代女性	
（8）報告【必須業務】					

(1) 年間進捗管理【提案業務】

各業務を遅滞なく確実に実施するため、進捗管理を目的とした全体スケジュールを作成すること。

(2) 「第3期健康横浜21」のブランド要素の作成④のみ【提案業務】①～③は【必須業務】

「第3期健康横浜21」(別添1)を踏まえつつ、病気のリスクを伝えて恐れさせたり、健康づくりを強いたりするのではなく、楽しそう、こうなりたいと思えるようなブランドストーリーを作成する(次の①～④の動画が作成できれば、1つのもので構わない)。第3期健康横浜21という計画の存在そのもののPRを全面に押し出す必要はない。

そのブランドストーリーを土台にして、①青年期(16～22歳頃)向け、②成人期(20～39歳)向け、③壮年期(40～64歳)向け、④全世代向けの4種類、実写を中心とした動画の広報媒体を作成する。①～③は15秒版、④は15秒及び30秒版で作成する。解像度は横1920px×縦1080px、横1080px×縦1920pxの2種類とすること。

動画は、横浜市ホームページ、YouTube、SNS、電車や市庁舎内等のデジタルサイネージでの放映を想定し、音声やBGMがあるものとするが、音声なしで放映する場合でも主旨が伝わるよう字幕を付けること。スクリーンショットによる二次利用などにも活用できる画面も入れること。

なお、委託者において、第3期健康横浜21のキャッチフレーズやロゴマークを今後作成した場合は、それを取れ入れた動画とすること。

初回の作成物の提出期限は令和5年11月30日までとする。

【作成する動画の種類】

	尺		解像度	
	15秒	30秒	横1920px× 縦1080px	横1080px× 縦1920px
① 青年期(16～22歳頃)	○	不要	○	○
② 成人期(20～39歳)	○	不要	○	○
③ 壮年期(40～64歳)	○	不要	○	○
④ 全世代	○	○	○	○

(3) 特定ターゲットへの普及啓発施策とその効果拡大を図る広報プロモーションの企画提案書の作成【必須業務】

健康寿命を延ばすには、健康課題が生じるその前の世代において、健康づくりの生活習慣を身につけることが重要となる。

令和6年度～令和11年度(計画期間前半)における「第3期健康横浜21」の推進に向けて、特に行政による普及啓発施策が届きにくい、18～22歳頃、40歳代の男性、40～50歳代の女性、1日の大半を職場で座って過ごす人をそれぞれターゲットとした普及啓発施策と広報プロモーションに関する企画提案書を作成する。ターゲット別の望ましい生活習慣やヘルスリテラシーを踏まえて、その改善につながるものとする。

初回の企画提案は令和5年11月30日までに提出するものとする。

【ターゲット別の望ましい生活習慣やヘルスリテラシー】

18～22 歳頃	<ul style="list-style-type: none"> ・毎日朝食をとる ・歯と口の健康に関心をもち、定期的に歯科健診を受ける ・タバコを吸い始めない
40 歳代の男性	<ul style="list-style-type: none"> ・栄養バランスの良い食事をとる（特に野菜を増やす） ・適正体重を維持する ・禁煙する
40～50 歳代の女性	<ul style="list-style-type: none"> ・乳がん検診を受け、乳がん予防の知識をもつ ・骨密度を高める生活習慣を実践する ・更年期症状とその対処方法について理解を深める
1 日の大半を職場で座って過ごす人	<ul style="list-style-type: none"> ・座りっぱなしを避け、こまめに体を動かす ・睡眠の質を高める ・腰痛を予防する

(4) 40～50 歳代女性をメインターゲットとした栄養・食生活、運動のチャレンジ企画の企画・実施【提案業務】

高齢期の転倒・骨折によって要介護状態になることを防止するには、骨密度が急激に減少し始める 50 歳前後の女性のヘルスリテラシー向上を支援することが重要である。40～50 歳代以前からの栄養・食生活、運動によって、骨密度の低下のスピードを緩やかにすることや、骨折の原因となる転倒をしない体づくりが有効とされている。

これらを踏まえ、メインターゲットを 40～50 歳代女性とした、栄養・食生活、運動に関する生活習慣の改善にチャレンジしてもらい普及啓発施策を企画・実施する。

令和 6 年 1 月～2 月の中で一人につき 21 日間、その生活習慣の継続にチャレンジしやすい仕組み（WEB やアプリ上での参加とする。既存の仕組みの活用でも構わない）を提供すること。

市民向けに実施する前の令和 5 年 12 月頃までに、本市職員等をモニターとした試験的運用を行うこと。

市民のチャレンジの継続を後押しする企画も実施すること。後押しする企画の一つとして、21 日間継続参加した者には、チャレンジしようとした生活習慣が実施できなかった日があったとしても、抽選で 1,000 人に当たる参加賞を用意するとともに、抽選で 100 人に当たる特別な参加賞も用意すること。

なお、メインターゲット以外の 18 歳以上の市民（性別は任意申告とする。在勤者・在学者も含む）であれば誰でも参加できる仕組みとすること。

【実施に関する K P I（評価指標）】

40～50 歳代女性のチャレンジ企画への参加者数	1,000 人以上
参加者の生活習慣改善チャレンジへの今後の継続意思あり	60%以上
参加者の施策への満足度	80%以上が満足

【設定の意図】

21 日間の実施	<ul style="list-style-type: none"> ・「健康横浜 21」とかけている。 ・健康状態の改善には、3 か月間以上の継続期間が理想だが、チャレンジのハードルを下げ、まずは1 日やってみることから始めて、3 日、1 週間、3 週間の継続で自信をもってもらおう。
チャレンジしてもらおう生活習慣	<p><チャレンジしてもらおう内容></p> <ul style="list-style-type: none"> ・参加者自身がチャレンジすることを決める仕組みでも、具体的に「スクワットに毎日 30 回チャレンジ」などと決めてもよい。 ・その行動の実施・未実施が客観的にも明確なものがよい。 ・例えば、「1 日 3 食、バランスよく食べる」は実施・未実施の線引きが難しいが、「野菜から食べる」「野菜⇒肉・魚⇒ご飯の順に食べる」「納豆を 1 日 1 パック食べる」などとすると実施・未実施が明確にできる。 ・同様に、「体を動かす」ではなく「ラジオ体操を毎日行う」にすると実施・未実施が明確にできる。 ・<u>栄養・食生活、運動のチャレンジに取り組む機運を醸成することが重要であり、骨密度の維持や転倒防止につながることに限る必要はない</u>（参考）として、それにつながる例を以下に示す。 <p>参考</p> <p><骨を丈夫にして、転倒しにくい体をつくるための運動の例></p> <ul style="list-style-type: none"> ・つま先立ちからのかかと落とし、スクワット、ランニング、ウォーキングなど。ジャンプや片足立ちも有効だが、転倒リスクもあるため、何かにつかまりながら行うことが推奨される。 ・冬は 1 日 1 時間程度、日光に当たる（ビタミン D を作り出す） <p><骨を作るために必要な栄養・食生活の例></p> <p>次のものをバランスよく含む食事をとる。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・カルシウム（乳製品、大豆製品、緑黄色野菜、海藻、魚、ごまなど） ・ビタミン D（魚、きのこなど） ・ビタミン K（納豆、緑黄色野菜、卵など） ・タンパク質（肉、魚、卵、牛乳・乳製品、大豆・大豆製品など）

(5) 40～50 歳代女性をメインターゲットとしたチャレンジ企画の参加者増を図る広報プロモーションの企画・実施【提案業務】

40～50 歳代女性をメインターゲットとして、(4) で実施する普及啓発施策に関する情報を届けて、チャレンジ企画に参加する人を増やすことをねらい、それに見合った有効な手段を用いた広報プロモーションを企画・実施する。

(6) チャレンジ企画の効果検証の企画・実施【提案業務】

(4) 及び (5) の効果検証のために、実施前にその効果を想定して指標を設定する。指標は、プロセス目標、アウトプット（事業量）目標、アウトカム（成果）目標に分けて設定し、提示する。

また、(4)及び(5)の実施後には、各指標について定量評価及び定性評価を行う。定性評価は、(4)に参加した市民の声も把握したうえで行うこと。

それらの結果をもとに、目標の達成度や目標設定の適否等を考察・検証し、次年度以降における改善に向けた提案を行う。

(7) チャレンジ企画の取組状況を活用した更なる広報プロモーションに向けた資料作成【必須業務】

第3期健康横浜21の策定について本市が行う報道発表（令和6年3～4月頃の予定）において、(4)～(6)の結果を公表できるように、市民向けにわかりやすくデザインした資料にまとめて提出する。

報道発表内容がマスメディアに取り上げられ、健康づくりに取り組む市民を増やす広報プロモーションの一環となることを目指すこと。

令和6年3月4日までに提出するものとする。

(8) 報告【必須業務】

業務進捗状況及び計画について、委託者との打合せを行う。月に2～3回程度の定例を想定しているが、実施頻度やメール又はオンライン等での報告とするか等は別途協議のうえで進めることとする。

その他トラブル等、委託者への報告が必要と思われる事案が発生した際には、速やかに連絡のうえ、経過・経緯・対応策等をまとめた報告書を提出すること。

7 成果物及び提出期限

成果物は次のとおりとし、各提出期限までに提出する。紙面は5部、電子データは原則 Microsoft Office のいずれかの形式で作成されたものであり、再加工できるものとする。なお、いずれのデータ形式を選択するかは提案することとし、委託契約締結後双方で確認し、変更できるものとする。

成果物	提出形式	提出期限
①各回の打ち合わせの議事録	電子データ	打ち合わせ後5営業日以内
②年間スケジュール	電子データ	契約締結後2週間以内
③年間の業務報告書	紙面及び電子データ	令和6年3月31日
④6(4)(5)のチャレンジ企画・広報プロモーションの実施に伴う制作物等	紙面及び電子データ	令和6年3月31日までの間で適宜指示する
⑤公開された素材・写真等 Web ページの電子データ一式	電子データ	令和6年3月31日までの間で適宜指示する
⑥6(2)のブランド要素の作成、6(3)の企画提案書	紙面及び電子データ	初回の提出は令和5年11月30日までとし、その後は令和6年3月31日までの間で適宜指示する
⑦6(7)の資料	紙面及び電子データ	令和6年3月4日

8 その他

- (1) 受託者の体制については、契約締結後速やかに提示すること。ただし、プロジェクト管理者（プロジェクト全体を統括するとともに、全てにおいて責任を持つ者）については、基本的に委託期間中は同一人物が継続した対応を行うこととする。また、業務要件整理ができる人材や品質管理体制等にも配慮した体制で臨むこととする。

なお、病気等、不測の事態により当該者が本業務を遂行できない状況が生じた場合は、当該者と同等の能力及び資格を有する人員を配置すること。
- (2) 成果物及び作業工程における書類等に対する一切の権利は、原則として委託者に帰属する。これら成果物等の第三者への提供や内容の転載については、委託者の承諾を必要とする。
- (3) 受託者は、本業務にかかる著作権人格権を有する場合についても、これを行使しないものとする。
- (4) 本業務に使用する映像、イラスト、写真、その他資料等について、第三者が権利を有するものを利用する場合には、使用の際、あらかじめ委託者に通知するとともに、第三者の間で発生した著作権その他知的財産権に関する手続きや使用権料等の負担と責任は、全て受託者が負うこと。
- (5) 仕様書に定める業務に要する経費は、特に記載がない場合、全て本業務委託料に含むものとする。ただし、企業協賛や寄付を活用することは可能とする。
- (6) 本業務の遂行にあたり疑義が生じた場合は、委託者と受託者双方で協議の上、決定するものとする。
- (7) 受託者は、本業務を通じて知り得た情報を機密情報として扱い、契約の目的外の利用や第三者への提供は行わないこと。また、本業務に関して知り得た情報の漏洩、滅失、棄損を防止し、その他適正な管理のために必要な措置を講じること。契約終了後もまた同様とする。
- (8) 本業務の受託をもって、関連する業務や令和6年度以降に実施する業務の受託が確約されるものではない。

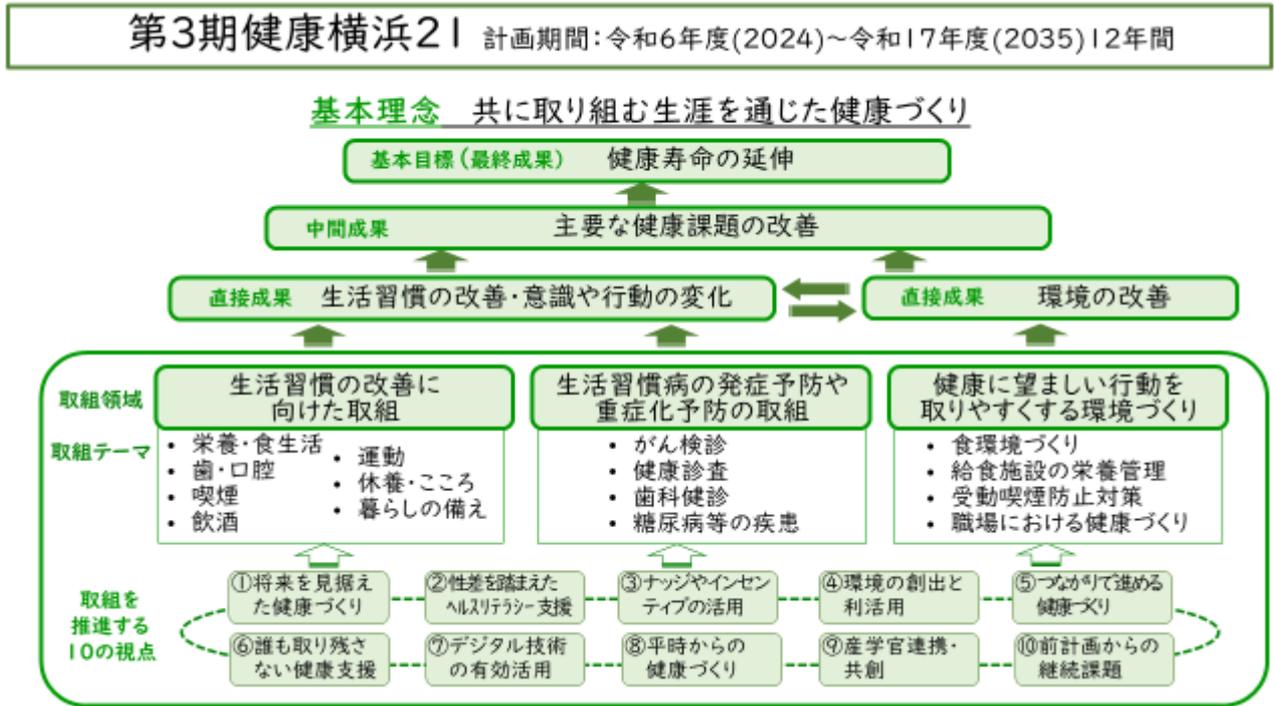
第3期健康横浜21（素案検討中）

注意事項：計画素案の検討中であり、内容は今後の変更があり得る。本プロポーザルの資料として示すものである。なお、計画の検討経過は市ホームページ上で公表している。

<https://www.city.yokohama.lg.jp/kurashi/kenko-iryu/kenkozukuri/21/suisinkaigi.html>

横浜市トップページ⇒暮らし・総合⇒健康・医療⇒健康づくり⇒健康横浜21⇒健康横浜21推進会議

計画の体系図



健康寿命の延伸に向けた「主要な健康課題」の改善と本プロポーザルにおける取組の重点対象

	(中間成果) 主要な健康課題	取組の重点対象	性別		世代別					
			男性	女性	乳幼児期 学齢期 (～15歳)	青年期 (16～22歳頃)	成人期 (20～39歳)	壮年期 (40～64歳)	高齢期 (65歳～)	
			1	生活習慣病による 早世の減少						
		2	男性の肥満や脂質異常症の改善	●					●	
		3	女性の乳がんの死亡率の減少		●				●	
		4	糖尿病の重症化の予防							
		5	喫煙・受動喫煙の減少	●			●		●	
		6	進行した歯周炎の改善	●	●		●			
		7	腰痛症の発症予防及び改善	●					●	
		8	骨折・転倒による要介護状態の減少		●				●	
		9	高齢期の不慮の事故による死亡率の減少							
		10	男女別に見る成人期・壮年期のメンタルヘルスの向上							

(最終成果) 健康寿命の延伸

「取組を推進する10の視点」



取組を推進する10の視点				
① 将来を見据えた健康づくり	② 性差を踏まえたヘルスリテラシー支援	③ ナッジやインセンティブの活用	④ 環境の創出と利活用	⑤ つながりで進める健康づくり
ライフコースアプローチ（※1）による将来に向けた予防	性別によって異なる健康課題を踏まえたヘルスリテラシー（※2）向上支援	楽しみや喜びを感じることから健康への関心につなげる仕掛けづくり	健康に好影響をもたらす社会的環境の創出と物理的環境の利活用	人と人とのつながりを通じた身近で気軽な健康づくり
⑥ 誰も取り残さない健康支援	⑦ デジタル技術の有効活用	⑧ 平時からの健康づくり	⑨ 産学官連携・共創	⑩ 前計画からの継続課題
様々な状況にある市民の健康づくりへの支援	デジタル技術を有効活用した便利で効率的なサポート	自然災害や感染症の蔓延等の発生に備えて平時から行う健康づくり	民間事業者・大学等の力を活用した取組の推進と健康づくりの活性化	第2期計画から引き継ぐ課題への対応

「ライフステージ別の市民の行動目標」

市民の行動目標							
ライフステージ 取組テーマ	育ち・学びの世代 (乳幼児期～青年期)			働き・子育て世代 (成人・壮年期)		稔りの世代 (高齢期)	
	乳幼児期 (0～6歳)	学齢期 (7～15歳)	青年期 (16～22歳頃)	成人期 (20～39歳)	壮年期 (40～64歳)	高齢前期 (65～74歳)	高齢後期 (75歳～)
栄養・食生活	1日3食、栄養バランスよく食べる 適正体重を維持する						
歯・口腔	しっかり噛んで食後は歯みがき			「口から食べる」を維持する			
喫煙	タバコの害を学ぶ・吸い始めない			禁煙にチャレンジ			
飲酒	飲酒のリスクを学ぶ・飲み始めない			適度な飲酒量を知る・「飲み過ぎない」を心がける			
運動	体を動かすことを楽しむ			日常の中で「こまめに」動く 定期的に「しっかり」運動する			
休養・こころ	早寝・早起き、ぐっすり睡眠			睡眠の質を高める・ストレスに気付き、対処する つながりを大切にする			
暮らしの備え				自然災害等の「もしも」の健康リスクに備える 屋内で生じる「まさか」の事故を防ぐ			
がん検診				定期的にがん検診を受ける			
健康診査				1年に1回、健診を受ける			
歯科健診				定期的に歯のチェック			
糖尿病等の疾患				検査結果に応じた生活習慣の改善・早期受診・治療継続			

よこはま健康ファミリー



『よこはま健康ファミリー』イラストは、「健康づくり」や「健康寿命延伸」等を目的とする事業のウェブページや印刷物で利用いただけます。

横浜市内の自治会・町内会、委嘱委員の団体、外郭団体、指定管理者等がイラストを使用する場合は、届出不要です。

●よこはま健康ファミリー●



パパ

ママ

ワタン

ヘルスイ

ジジジ

バアバ

	メインキャラクター				サブキャラクター(必要に応じて登場)	
	パパ	ママ	ワタン	ヘルスイ(ペット:犬)	ジジジ(ババ方)	バアバ(ババ方)
性別	♂	♀	♀	♂	♂	♀
年齢	45歳	39歳	10歳	3歳(人間年齢:約28歳)	75歳	68歳
外見	中肉中背(メタボ気味)	スマート	小4平均	小型犬のイメージ	身長高めで、顔手足も長い。細身。	小さめ