

業務説明資料

1 委託業務名

地域医療介護連携ネットワークの市民認知度向上を目的とした広報ツール制作及び広報業務委託

2 履行期間

契約締結日から令和9年3月10日まで

3 履行場所

横浜市医療局地域医療部地域医療課が指定する場所

4 業務の背景

(1) 情報連携基盤の必要性

2040年頃に向け、本市はさらなる高齢化が進展する一方、生産年齢人口は大幅に減少し、医療・介護分野において、担い手不足の深刻化とサービス需要の増加が同時に進行すると見込まれている。こうした社会構造の変化に対応するためには、限られた医療資源を最大限に活用しつつ、医療・介護の現場が効果的かつ効率的に情報を共有し、地域全体で患者を支える情報連携基盤の構築が急務となっている。

このような状況を踏まえ、本市では、ICTを活用し、同意を得た市民の医療・介護情報を医療・介護の多職種が共有しシームレスな連携と質の高いサービス提供を行うクラウド型の情報連携ツール「地域医療介護連携ネットワーク（以下、EHRという）」の整備を推進している。

(2) 市内に展開するEHRについて

市内には、鶴見区を起点とし、神奈川区、港北区、西区、中区に展開する「サルビアねっと」と横須賀三浦医療圏を起点とし、戸塚区、栄区、泉区、金沢区、港南区へも展開する「さくらネット」の2つのネットワークが存在する。

このうち、「サルビアねっと」は、平成30年度に本市の実証事業として構築されたEHRであり、現在、市内の約250施設が参加し、約3万人の住民が登録している。

EHRの特徴として、参加施設間において情報共有・連携に同意・登録した住民の情報を共有・連携するという仕組みであることから、市内での活発な活用をすすめるためには、より多くの医療・介護関係施設の参加に加え、市民の登録者を増やすことが重要である。登録者数の指標として、総務省「地域IoT実装推進ロードマップ（改定）」（平成30年）では、達成すべき指標を「クラウド型EHRを整備した医療圏の人口の5%の患者数」と掲げているところであるが、「サルビアねっと」はエリア内の3%弱程度の登録状況となっている。

(3) 一般社団法人サルビアねっと協議会との連携協定について

本市では、地域医療介護連携ネットワークの取組を一層進展させることを目的として、「サルビアねっと」を運営する一般社団法人サルビアねっと協議会との間で、令和7年度に連携協定を締結。①参加

施設の拡大、②利活用支援及び人材育成、③登録者数の増加に向けた協力連携事項としており、当該法人及び参加施設においては、本業務への協力を依頼しているところである。

5 業務目的

本業務は、「サルビアねっと」をはじめとした EHR の登録者の増加を図るため、EHR の利便性・有用性に関する市民の理解を深め、登録促進につなげることを目的とする。

なお、EHR において医療・介護情報を利活用する主体は医療・介護関係者であり、登録した市民自身が直接アクセスして利用する仕組みではない。このため、市民にとっては EHR の活用状況が日常的に把握しづらく、登録している実感や具体的なメリットを認識しにくい構造となっている点に留意する必要がある。

また、これまで EHR への参加施設を中心に、診療申込みや入院、介護サービス利用等の機会を捉え、自施設の患者や利用者を対象とした周知や登録勧奨が行われてきた。一方で、こうした民間主体の取組だけでは、市民に対して制度の全体像や社会的意義を十分に伝えることには限界があり、市民が自ら理解・納得した上で自主的に登録する行動に、必ずしも結びついていないのが現状である。

こうした課題を踏まえ、本事業では、行政の立場から EHR の役割や有用性を市民に対してわかりやすく伝えることにより、制度そのものへの理解促進と信頼感の醸成を図り、市民の主体的な登録行動を後押しすることをねらいとする。

6 業務内容

(1) 広報全体方針の策定（基本方針・全体設計）

本業務において制作・実施する各種広報を、一貫性のある効果的な展開とするため、広報全体の基本方針および構成の整理を行う。

- ・本業務における広報全体の基本方針の整理
- ・各広報手法（動画、紙媒体、Web、イベント等）の役割整理と全体構成の設計
- ・想定される利用場面を踏まえた、主なターゲット層及び訴求内容の整理
※詳細な検証や見直しは広報実施後の効果測定・分析において行うことを想定する
- ・上記整理を踏まえた、市民向け啓発動画（メイン動画）の企画方針の整理（動画構成案、シナリオ案、絵コンテ等の作成）
- ・これらの内容について本市と協議を行い、広報全体の基本設計として取りまとめること

(2) 動画制作業務

EHR の仕組や活用価値を、市民目線で視覚的にわかりやすく伝える啓発動画を制作する。

ア メイン動画

- ・内容は、EHR に参加する施設である①病院、②診療所、③薬局、④歯科、⑤訪問看護、⑥介護関係施設等における活用場面や連携状況を可視化し、市民に安心感と自分事としての理解を促すものとする
- ・なお、具体的な表現方法や登場させる施設・職種の組み合わせ、構成については、上記趣旨を踏まえ、受託者の企画提案によるものとする。

- ・市民が実際に情報を活用する専門職の存在を身近に感じられるよう、参加施設に従事する医師、薬剤師等が登場し、日常の業務や連携の様子を紹介する演出を盛り込むことが望ましい。なお、出演方法はインタビュー形式、現場風景の紹介等を想定し、市民に過度な緊張感を与えない、親しみやすい表現とする。
- ・出演者の選定および撮影に関する調整については、本市およびサルビアねっと協議会を中心とした関係団体が協力するものとし、受託者は市と協議の上で進めること。

【仕様】

- ・本数：1本程度（※複数パターンの作成可否は別途協議）
- ・尺：5～8分程度/本
- ・表現：実写、アニメーション、CG等は企画提案による
- ・BGM、ナレーション、テロップ、字幕を含む

イ ショート動画

- ・メイン動画の内容を要約・短縮した動画を制作するものとし、SNSやデジタルサイネージ等で使用可能な短尺動画を制作する
- ・本数については、①病院、②診療所、③薬局、④歯科、⑤訪問看護、⑥介護関係者の各参加施設での使用を想定し、それぞれの施設の患者・利用者に向けた内容となるよう各施設種別用1本ずつに加え、広報展開用の1～2本を制作するものとする。
- ・なお、施設種別向け動画については、メイン動画の出演施設数に連動して本数は変動する場合があるものとする。

【仕様】

- ・本数：6～8本程度
- ・尺：10～30秒程度/本
- ・デジタルサイネージ等での利用を想定し、音声が出ない環境においても内容が十分に伝わる構成とする。情報伝達は主に字幕・テロップにより行い、ナレーションは必須としない。なお、BGMを使用する場合は、内容理解を妨げない控えめなものとする。

ウ 共通事項

- ・ユニバーサルデザインへの配慮（字幕、ルビ付与等）をすること。
- ・音楽素材の使用については、原則としてオリジナルかフリー音源を使用する等、著作権その他法的な問題が発生しないものを使用すること。
- ・出演者等を起用する場合は、肖像権その他法的な問題が発生しないものを使用することとし、権利処理等の手続きについては受託者がすべて行うこと。
- ・納品は、編集可能なデータを格納したDVD-R1部及び完成データをDVD-video形式で格納したDVD-R5部により行うこと。
- ・想定スケジュールは7に記載のとおり。

(3) 広報素材制作業務

メイン動画において伝える内容の要点やメッセージを、紙媒体等の広報素材においても簡潔に表現し、市民が短時間で理解し、登録行動につながるよう広報素材を制作すること。

広報素材の種類は次のとおりとし、各素材は(2)の動画と相互に関連付けて一体的に使用することを想定し、デザインやトーンを統一すること。

ア 紙媒体・ポップアップツール（配架・設置用）

- ・参加施設（医療機関、介護事業所等）において、配架による周知に加え、医療従事者や地域連携室の職員等が直接手交・説明する場面を想定し、登録説明の場面で活用することを主な用途とし、短時間かつ分かりやすく説明できる補助説明ツールとしての紙媒体を作成すること。
- ・特に8年度に新規稼働を予定している基幹的病院における患者向け登録促進を想定した「広報パッケージ」として活用できる構成を検討すること。
- ・具体的には、次に示す点に留意し、受託者の企画提案により構成を示すこと。
- ・納品先や納品方法、時期については委託者と協議のうえ決定する。

【仕様及び数量】

○広報パッケージ：50 施設分

- ・本パッケージは、パンフレット、リーフレット、カード等の紙媒体と、受付カウンターや待合スペース等に設置可能な卓上型・簡易スタンド型等のポップアップツールを基本構成とすること
- ・1セットあたり、同一仕様の紙媒体を各3,000部ずつ含むものとする
- ・併せて、制作した広報素材について、参加施設における活用方法や掲出イメージ等を整理した簡易的な活用ガイドを添付すること。

○紙媒体（補充用）：15,000部

- ・広報パッケージ設置後の補充対応を目的としたもの
- ・100部単位で梱包し、施設単位での配布・補充が容易となるよう配慮すること

○ポップアップツール（予備）：50 施設分

○版下等データ：DVD-R形式1部

- ・紙媒体入稿用データ
- ・ポップアップツール仕様書データ
- ・活用ガイド電子データ（PowerPoint形式等の編集可能なもの）を含むものとする

【留意点】

- ・登録行動への導線として、市ウェブサイト内のランディングページへ誘導するQRコード等を明示すること。
- ・紙媒体およびポップアップツールは、対面での説明時に短時間で要点が伝わるよう、説明の流れや指差しがしやすい構成・情報量とすること。
- ・ポップアップツールは紙媒体と視覚的に連動したデザインとし、来訪者の注意喚起および説明時の補助として活用しやすいものとする。
- ・施設側が組み立て・設置・管理しやすく、運用上の負担が過度に生じない仕様とする。

イ Web・SNS 掲載用広報素材

- ・市ウェブサイト、Web 広告、SNS 等への掲載を想定し、メイン動画のワンシーンや構成要素等を活用した画像素材、サムネイル画像、広告配信用バナー等を作成すること。
- ・作成する広報素材は、以下を最低限想定する。
なお、具体的な点数やサイズ構成については、受託者の提案を踏まえ、本市と協議の上決定するものとする。
 - (ア) Web・SNS 掲載用の静止画素材 数点
 - (イ) Web 広告等での使用を想定した広告配信用バナー素材 数点
 - (ウ) メイン動画およびショート動画のサムネイル画像
- ・これらの素材については、特定の掲載先や掲載時期に限定せず、今後の市ウェブサイトやチラシ、各種広報媒体等において活用できる汎用的な広報素材として制作することとする。
- ・また、紙媒体や動画コンテンツと連動し、同一のメッセージやビジュアルイメージが一貫して伝わる構成とするとともに、短時間で内容が理解でき、登録行動を促す表現とすること。

(4) 広報展開業務

広報展開については、基幹病院の稼働時期等を踏まえ、概ね 11 月以降を中心に実施する。具体的な実施時期や内容については、本市と協議の上決定するものとする。

また、広報展開にあたっては、EHR 参加施設における広報活動や活用場面との連動を意識した展開となるよう配慮すること。なお、参加施設への広報素材の提供、掲出・放映等に関する調整及び参加施設との連絡・調整については、本市および関係団体が行うものとし、受託者は本市と協議の上、必要な提案および助言を行うこと。

ア デジタルサイネージ等による広告展開

- ・次のような媒体を活用し、(2)(3)で制作した動画等の広報素材を用いた広告展開を行うこと。
- ・掲載期間、掲載回数、掲出方法等については、本市と協議の上決定すること

【広告媒体例】

- ・交通機関（市営バス、駅構内等）に設置されたデジタルサイネージ
- ・公共施設、商業施設等に設置されたデジタルサイネージ
- ・Web 広告、SNS 等の Web 媒体
- ・医療機関、介護事業所等に配架する紙媒体
- ・その他、上記に類する媒体

イ 市民向けイベントでの広報

- ・市民への直接的な周知および理解促進を図るため、商業施設等のイベントスペースなど、人の集まる場所において、市民向けイベント型広報を 1 回以上企画・実施すること。
なお、イベントの規模は、来場者が概ね 100 人程度見込まれる規模を想定する。

- ・受託者は、次に示す内容を基本とし、企画立案から準備、当日の運営までを一体的に行うこと。また、イベント前の周知・広報活動や事後の SNS 展開等も想定して設計すること。
- ・イベントの実施時期、会場、内容および規模等の詳細については、受託者の提案を踏まえ、本市と協議の上決定するものとする。

【イベント内容】

- ・メイン動画の放映、パネル展示、チラシ配布等を組み合わせたイベント構成の企画および実施
- ・商業施設等の特性（来場者の滞留時間、動線、騒音環境等）を踏まえた、効果的な展示・演出方法の検討
- ・来場者が EHR の概要や意義を直感的に理解し、登録行動につながるよう、視覚的に分かりやすい構成や説明手法を取り入れること
- ・設営、撤去、来場者対応等を含め、円滑なイベント実施に必要な運営体制を整えること

(5) 広報実施状況及び効果の報告と分析（業務完了報告書）

受託者は、(4)で実施した広報展開について、実施内容および効果を把握し、次の内容を業務完了報告書として取りまとめること。

ア 実施媒体・実施内容の整理

- ・使用した媒体の種類および設置・実施場所（例：交通機関、商業施設、イベント会場等）
- ・掲載・実施期間
- ・使用した広報素材の種類（動画、画像、パネル等）
- ・掲載回数、放映回数、実施回数等の実績
- ・市民向けイベントについて、実施日、会場、実施内容の概要

イ 効果測定・分析・改善提案

- ・広報展開の効果を把握するため、次に示す手法等を用い、可能な範囲で定量的・定性的な分析を行うこと。なお、効果測定の手法および指標の詳細については、受託者の提案を踏まえ、本市と協議の上決定するものとする。
- ・効果測定の結果については、事前に整理した広報戦略および想定した市民の意識・行動変容との関係性を踏まえて分析し、広報手法ごとの特性や有効性について簡潔に整理するとともに、今後の EHR に関する広報施策の改善に資する提案を行うこと。
結果は業務完了報告書に取りまとめること。
- ・効果測定にあたっては、例えば次のような指標・手法を用いることを想定する。

【例】

- ・QR コード等を活用したランディングページへのアクセス数
- ・Web 解析ツール等による閲覧状況の把握
- ・市民向けイベントにおける来場者数、チラシ配布数等
- ・簡易的なアンケートや現地での反応等、定性的な把握

(6) 進行管理・報告


ア 業務全体の進行管理

スケジュールに合わせた進行管理を行い、打ち合わせ・協議等は本業務の進捗に合わせて随時行う。打ち合わせの都度、議事概要を作成し、打ち合わせ後5営業日以内に電子データで提出すること。

イ 定例打ち合わせへの参加

定例打ち合わせを月2回程度の頻度で行う。原則、横浜市医療局で対面により行うが、両者協議の上、ウェブ会議等も活用しながら行う。ただし、業務繁忙期においてはこの限りではなく、実施頻度及び形式を委託者と受託者双方で協議の上決定する。

7 想定スケジュール

	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
広報全体方針作成	←→								
動画制作	←→								
	構成案・絵コンテ等協議・提出、出演調整		メイン動画撮影・編集		メイン動画修正 ショート動画制作 →納品				
広報素材制作	←→								
	企画・デザイン制作(紙・ポップアップ等)			校正・印刷等・納品					
広報展開	←→								
	準備(掲出・イベント調整等)					・広報展開の実施(掲出・イベント) ・効果測定			
業務完了報告書	←→								
								・広報実施状況報告 ・効果測定結果分析 ・今後の改善提案 等作成	
【参考】	 <p>～サルビアねっと R8 新規構築～ 市立病院(市民病院、みなと赤十字病院、脳卒中・神経脊椎センター)稼働開始(10月構築完了、11月本格稼働)</p>								

8 成果物一覧と納品時期

次のものを成果物として、納品する。なお、各成果物の納品時期については、業務の進行状況等を踏まえ、本市と受託者との協議により調整することがある。

本説明書項目	成果物	数量・形式	完成品納品時期（目安）
6（1）	広報全体方針資料	PowerPoint 等の編集可能な電子データ	令和8年7月末
6（2） ア・イ	動画データ ・メイン動画 ・ショート動画	・DVD-R(編集可能なデータを格納)を1部 ・DVD-R(完成データをDVD-video形式で格納)を5部	令和8年10月末
6（3）ア	紙媒体・ポップアップツール		
	広報パッケージ ・紙媒体 ・ポップアップツール ・活用ガイド	50 施設分 ※1セットあたり、同一仕様の紙媒体を各3,000部ずつ含む	令和8年10月末
	紙媒体（補充用）	15,000部	令和8年12月末
	ポップアップツール（予備）	50 施設分	
	版下データ	電子データを格納したDVD-Rを1部	令和8年10月末
6（3）イ	Web・SNS掲載用広報素材	データを格納したDVD-Rを1部	令和8年10月末
6（5）	業務完了報告書 ・広報実施状況 ・効果測定の結果 ・次年度以降に向けた提案	紙面及びPDF形式等の電子データ	令和9年3月10日

9 その他

- (1) 本件の成果物に対する著作権等の権利は、すべて横浜市に帰属するものとする。
- (2) 委託者と十分な協議を行いながら進めることとし、仕様書に定めのない事項または疑義が生じた場合は、横浜市の規約規則や委託契約約款などの定めるところによるほか、別途協議の上、決定するものとする。
- (3) 受託者は、進行状況等について、委託者が報告や資料の提出を求めた場合、特段の理由なくこれを拒んではならない。また、委託者が認めた情報以外の情報を第三者へ提供及び公表をしてはならない。