

# 「医療に関する総合的な市民啓発の実行支援委託」 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

医療に関する総合的な市民啓発の実行支援委託

## 2 履行期限

契約締結日から令和3年3月31日（水曜日）までとする。

## 3 履行場所

横浜市中区港町1-1及び横浜市中区本町6-50-10（予定）  
横浜市医療局医療政策部医療政策課

## 4 業務目的

団塊の世代が75歳以上となる2025年には、本市においても、高齢者人口が約100万人に達する見込みとなっている。高齢化の進展に伴い医療需要の増加が見込まれるが、医療提供体制の構築を進める一方で、限られた医療資源を効果的に活用することも必要である。このためには、医療を受ける市民へ適切な情報提供を行い、理解と協力を求めるなど、医療に関する市民啓発を行い、市民の適切な受療行動を求めることが重要である。

こうした背景の中で、横浜市医療局では、平成30年3月に、保健医療分野を中心とした施策を総合的に体系づけた本市の中期的計画である「よこはま保健医療プラン2018」において医療に関する市民啓発の重要性を位置づけられていることを踏まえ、「医療の視点プロジェクト」と題した医療に関する総合的な市民啓発を平成30年度より開始したところである。

本業務は、横浜市医療局が総合的な市民啓発を引き続き実施するにあたり、年間進捗管理及び各啓発施策の企画・実施・効果検証等による実行支援を行うものである。

## 5 業務の前提

本業務の遂行にあたっては、本項目に定める前提を踏まえること。

### (1) 「医療の視点プロジェクト」方針概要

- 横浜市医療局が実施する市民啓発は、「よこはま保健医療プラン2018」に定めた「市民の役割」を市民が果たすことに繋がるよう、市民の医療に関する意識変

容及び受療行動変容を目的として実施するものである。

- 従来の事業等の単位による個別の情報発信のみならず、横浜市医療局としての一つの啓発プロジェクトの中に、各啓発施策を位置づけて一体的に実施する。
- 啓発プロジェクトを表現する統一コンセプトを策定する。また、各啓発施策が同一プロジェクト下の情報であることが対外的に一目で認識されるよう、各啓発施策に活用可能なビジュアルデザインを策定する。
- 受け手の興味・関心、医療への関与度合いやライフステージを踏まえて、求められる情報に編集し、適切なターゲットに対して発信する。その際、求める情報に応える受け皿を提供する PULL 型施策と、興味を引く仕掛けで積極的に情報を訴求する PUSH 型施策とを使い分けて啓発を実施する。
- 各啓発施策の企画段階から効果検証を想定し、事業の最終ゴールに結びつくまでの指標を設定した上で各啓発施策を実施する。
- 啓発プロジェクトの基盤として、各啓発施策がより広く波及するためのメディアプロモートや、横浜市医療局職員の広報スキル向上に取り組む。

## (2) 過年度までの主な実績

### ア 統一コンセプトの策定

- ・ 総合的な市民啓発の目的や目指す将来像を統一コンセプトとして定めた。
- ・ 統一コンセプトは「啓発を通じて『医療への視点が変われば、異なる気づきを得られ、考え方・行動が変わる』ことを目指す」とし、それをキャッチフレーズ及びシンボルマークで表現した。キャッチフレーズは「医療の視点」とし、シンボルマークは右記参照のこと。
- ・ 総合的な市民啓発を「医療の視点プロジェクト」と称することとした。
- ・ キャッチフレーズ及びシンボルマークを統一的に用いるなど、統一コンセプトのもとで一貫した情報発信を行うことで、受け手から「横浜市の医療に関する情報である」と共通した認知を獲得することを目指す取組を開始した。

【シンボルマーク】



### イ シンボリックアクションの実施

- ・ 興味を引く仕掛けで積極的に情報を訴求する PUSH 型施策であり、「医療の視点プロジェクト」の取組の象徴として高い注目を集めるシンボリックアクションを実施した。
- ・ 平成 30 年 11 月には、イベント「視点を変える展」を開催した。医療に関心が低いと考えられる休日の家族連れをメインターゲットとし、立ち寄りやすく、医療とは一見関係のない展示やゲーム等を楽しみながら医療のメッセージに

気づけるという仕掛けを通じて、「視点を変えると、実は医療は身近なものである」というメッセージを訴求した。参加者数延べ約 24,000 人、メディア報道数 73 件、SNS (Twitter) でのアクションは約 300 万リーチという実績を残した。

- ・ 「キャンサーバルーン」と題した、家族等からのプレゼントとして乳がんのセルフチェックを促進するグッズを作成した。平成 31 年 3 月に開催した横浜市乳がん連携病院主催によるイベント「ももいろパーク」にて配布した。配布数約 800 人、メディア報道数 42 件という実績を残した。
- ・ 同じく乳がんを題材に、令和元年度には「#胸キュンチェック」と題した啓発を実施した。乳がんは 40～50 歳代に多く発症すると言われる中、対象者本人は自分の問題としてとらえにくいことに着目し、ダンスと音楽を媒介ツールとしてショートムービープラットフォーム「TikTok」を活用し、子ども世代でもある 10～20 歳代を中心に共感者を増やし、対象者本人へ情報を届けてもらう設計で、乳がん検診やセルフチェックへの関心促進を図った。動画投稿数 1,108 本、総視聴回数 1 億回以上、メディア報道数 231 件という実績を残した。
- ・ 令和元年度に、患者と医療従事者で異なる捉え方を、それぞれの視点からマンガ化し、コミュニケーションギャップの改善を図る「医療マンガ大賞」と題した啓発を実施した。原作エピソードをもとにマンガ作品を募集し、大賞 1 作品・入賞 7 作品を選出するコンペ形式で実施し、認知を高めるための関連イベントも 2 件開催した。応募マンガ作品 55 作品、メディア報道数 168 件、イベント参加者数延べ約 210 人という実績を残した。

## ウ 医療の視点 Web ページでの情報発信

- ・ 求める情報に応える受け皿を提供する PULL 型施策として、医療の視点プロジェクトが発信する情報が集約されている場である専用 Web ページを作成した。主な掲載コンテンツとして、ストーリーページでは、医療局の持つ課題やテーマ等に現場で取り組む医療従事者等への取材記事を、株式会社メディカルノートと締結した連携協定に基づき 16 本掲載した。コンセプトページでは、取組の必要性や課題背景等を図解化し伝える記事を掲載した。

【参考】医療の視点 Web ページ URL

<https://www.city.yokohama.lg.jp/kurashi/kenko-iryo/iryo/iryonoshiten/iryonoshiten.html>

- ・ シンボリックアクションの情報を掲載するため、「#胸キュンチェック」特設 Web ページ及び「医療マンガ大賞」特設 Web ページを、それぞれ開設した。

【参考】「#胸キュンチェック」特設 Web ページ URL

<https://iryonoshiten.city.yokohama.lg.jp/munekyun-check/>

【参考】「医療マンガ大賞」特設 Web ページ

<https://medical-manga.comici.jp/>

## エ 統一コンセプトに基づく情報発信

- ・ 「医療の視点プロジェクト」による情報発信であるという統一的な認知を獲得するため、「医療の視点」マークの共通使用を開始した。もしも手帳、がん治療と仕事の両立支援リーフレット及びDVD、各種チラシ・啓発物品等に使用した。
- ・ #7119 リーフレット及びポスター、妊娠糖尿病リーフレット及びポスター、アピアランスケアリーフレット、緩和ケアリーフレットについては、統一コンセプトのもとでデザインディレクションを行い、制作した。

## オ 民間企業等との連携

- ・ MSD 株式会社、横浜市立大学先端医科学研究センターコミュニケーション・デザイン・センター、株式会社メディカルノート、ByteDance 株式会社、中外製薬株式会社とは、総合的な市民啓発に関する連携協定を締結し、継続的な協力関係を構築した。(順不同)
- ・ 協定以外の形式では、「SNS 医療のカタチ」や公益財団法人日本対がん協会等、市内外を問わずに医療従事者・関係団体との連携や、面白法人カヤックや株式会社コミチ等の医療分野以外の企業等との連携を行った。(順不同)

## 6 業務概要

### (1) 年間進捗管理

横浜市医療局が「医療の視点プロジェクト」のもとに実施する総合的な市民啓発の遅滞なく確実な実施を図るため、契約期間内における、次の(2)の各啓発施策について進捗管理を行うこと。

(2)にそれぞれ定める実施時期を踏まえ、年間スケジュールを作成の上提出し、それに基づいた進捗管理を行うこと。

### (2) 各啓発施策の企画・実施

次のア～イに定める各啓発施策を実施すること。

#### ア シンボリックアクションの実施

興味を引く仕掛けで積極的に情報を訴求し、「医療の視点プロジェクト」の取組の象徴として高い注目を維持できるよう、次の①～③によりシンボリックアクションを実施すること。他の啓発施策や市内の周辺事業等との連携等により、題材とするテーマや実施形式の調整が必要になった場合には、随時協議の上決定すること。

① 「#胸キュンチェック」の継続実施

令和元年度の実施実績を踏まえ、継続実施の企画を提案すること。情報発信のために活用するツール、対象者本人へ情報を届けるまでの設計、連携先企業等は新たに提案すること。実施時期も最適と考える時期を提案すること。

② 「医療マンガ大賞」の継続実施

令和元年度の実施実績を踏まえ、継続実施の企画を提案すること。連携先企業等、原作エピソードの設定、コンペ実施概要は新たに提案すること。実施時期も最適と考える時期を提案すること。

③ 新規企画の実施

民間企業等との連携による関心を引く取組を新たに企画し、提案すること。連携先については、既に締結した連携協定の活用による提案も、新規提案も可とする。題材とするテーマは、医療の視点プロジェクトのホームページやよこはま保健医療プラン 2018 を参考に最適と考えるものを提案すること。なお、イベント形式により開催する際には、事前準備及び当日の進行支援も本提案内で行うこと。

## イ 医療の視点 Web ページでの情報発信

掲載情報を増やし、内容の充実を図るため、次の①～③を実施すること。他の啓発施策や市内の周辺事業等との連携等により、掲載コンテンツの調整が必要になった場合には、随時協議の上決定すること。

① 掲載コンテンツの提案

これまでに制作したページに限定せず、シンボリックアクションの実施内容と連動した情報や、「医療の視点プロジェクト」と関連づけて制作したリーフレット等から活用可能な情報等、さらなる効果的な訴求が可能と考えられるテーマについて、記事構成等の掲載内容を企画し、提案すること。

② Web ページ掲載用データ作成

制作したコンテンツを Web ページに掲載するために必要なテキストデータやイラスト画像ファイル等を作成すること。必要に応じて、ページデザインに沿ったアイコン、バナーボタン、写真、図表等の作成を行うこと。

シンボリックアクションの情報発信を行う場合等、本市外部のサーバーを用いて Web ページを開設する際には、その制作を行うこと。

なお、医療の視点プロジェクトのロゴをはじめとした既存データは契約後、

別途提示する。既存データは全て本市ホームページで使用中のものを用いることとする。

### ③ 本市 CMS への組み込み支援

医療の視点 Web ページの更新・管理については、②のデータを用いて原則横浜市医療局職員が本市 CMS 上で行うものとするが、高度なデザイン調整を要する場合には、本市 CMS への組み込み作業を支援すること。

本市 CMS は、株式会社日立製作所の「4U web」を導入しており、その作業は庁内 LAN に接続された環境下でのみ利用可能であるため、委託者が指定した場所（原則横浜市医療局医療政策課内）において、委託者が提供する端末及び専用 ID・パスワードを使用すること。受託者が所有する端末を持ち込むことは可能であるが、庁内 LAN に接続することはできない。本市 CMS を使用しない作業については、受託者が所有する端末を利用し、受託者社内で行うことは差し支えない。委託者内での作業時間は、原則平日午前 9 時から午後 5 時までの間とで、委託者が指定する時間とする。

## (3) 各啓発施策の効果拡大を図る取組の実施

(2)の各啓発施策の企画提案及び実施にあたっては、原則下記のア～エを満たして実施すること。

### ア 統一コンセプトに基づく企画提案

各啓発施策に共通してシンボルマークを活用するなど、「医療の視点プロジェクト」による情報発信であるという認知促進に努めること。マークを使用する際、位置やサイズ等は状況に応じて調整すること。OPEN YOKOHAMA マークとの並列使用が必要な場合には、ガイドラインに規定の事項を順守すること。

### イ 民間企業等との連携提案

行政単独による情報発信以上に波及効果を高め、市民から高い認知を獲得できるよう、民間企業等との連携による企画を提案すること。提案後は、連携先候補のリストアップ、相手方との交渉・調整、連携協定書作成支援、実施までの支援を行うこと。

特に、新規連携先候補のリストアップにあたっては、各啓発施策の波及効果を高めるため、ユニーク性や話題性等、受け手の興味・関心の促進が特に期待される企業等を選定すること。

既に連携協定を締結済みの企業等との連携企画を提案する際には、過去事例にとらわれない新たな観点での提案とすること。

## ウ インフルエンサーの活用

行政による一方的な情報発信だけでなく、自発的協力者や賛同者を増やし信頼感を促進する仕掛けや、影響力の大きい医療従事者等を活用した仕掛け等、インフルエンサーを活用した企画を提案し、実施すること。SNS等での波及効果についても見込んだ仕掛けとすること。

## エ メディアプロモートの実施

各啓発施策の波及効果が、各種マスメディア等への露出により最大化するよう、記者発表資料の作成支援、発表手法の提案、メディアへの取材案内送付等を実施すること。「医療の視点プロジェクト」のもとで実施する啓発施策については、一貫して行うこと。

なお、記者発表の回数などは昨年度の実績を本市ホームページで確認し参考にすること。

### (4) 各啓発施策の効果検証の実施

「医療の視点プロジェクト」のもとでの各啓発施策について、実施前に、予めその効果を想定して指標を設定すること。啓発施策ごとに、目的、プロセス目標、アウトプット目標、成果目標に分けて設定し、委託者が管理しやすい表などにまとめて提示すること。

啓発施策実施後には、各指標について定量評価及び定性評価を行うこと。それらの結果をもとに、目的及び目標の達成度や目標設定の適否等を考察・検証し、次年度以降の啓発の改善に向けた提案を行うこと。

### (5) 横浜市医療局職員向け研修の提案・実施

職員個人の広報力向上を図るため、職員向け研修を最低1回提案し実施すること。実施時期及び回数については、年間スケジュールをもとに委託者と調整の上決定すること。なお、研修講師に対する謝金・旅費、会場費等については本委託契約に含むものとする。

## 7 成果物及び提出期限

成果物は次のとおりとし、各納品期限までに提出すること。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	納品期限
(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) 年間の実行支援報告書	紙面及び電子データ	令和3年3月31日(水曜日)
(4) 各啓発施策実施に伴う制作物等	紙面及び電子データ	令和3年3月31日(水曜日)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3年3月31日(水曜日)までの間で適宜指示する

※ (3)については、委託業務内容を全て網羅して作成すること。

※ (5)については、作成した画像は、修正・更新が行えるよう作成したアプリケーションのデータ形式のものなど元素材も併せて納品すること。

## 8 その他

- (1) 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、議事録を作成し、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。打ち合わせの頻度は週1回を目安とする。場所は原則横浜市医療局として、対面により行う。
- (2) 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。

- (3) 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。
- (4) 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、原則として横浜市に帰属する。また、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、横浜市の承諾を必要とする。
- (5) 受託者は、本業務において知った情報を他に漏らしてはならない。