部落差別（同和問題）啓発動画制作・ターゲティング広告業務仕様書

１　委託業務名

部落差別（同和問題）啓発動画制作・ターゲティング広告業務

２　業務内容

同和問題啓発強調月間において配信・放送する「部落差別（同和問題）啓発動画の制作」及び「同動画のインターネット・ターゲティング広告配信」の業務

（１）部落差別（同和問題）啓発動画の制作

ア　動画の内容及び規格等

（ア）動画の内容

〔テーマ〕

インターネット上での部落差別の防止

・インターネット上での部落差別書き込みや差別書き込みは、広範囲に拡散し削除が難しいことから、時に書かれた人を徹底的に追い詰めることがあること、また誰もが加害者にも被害者にもなりうることを「自分事として考える」。

〔内容・構成等〕

・18 歳～49 歳を主なターゲットとして、後記（２）の YouTube 広告配信を行うため、これらの世代がインターネット上での部落差別を「自分事として考える」ことができる内容とすること。

・30 代前半までの若年層と 30 代後半以降の中年層の違いも考慮・分析の上、それぞれが「自分事として考える」ことができる内容・構成とすること

＊着眼点

・「差別される人はかわいそうなので、みんなで優しく見守りましょう」といった構成にならないよう注意すること。

・部落差別は現代社会に今も存在していること、そして「部落差別の問題は自分の問題なんだ」ということに気づき、一人ひとりが行動することが部落差別のない社会につながること。

・「部落差別をしてはいけないことは分かっている。インターネットでの差別書込みがいけないことも分かっている。」と受け止められて終わるような内容ではなく、県民が無関心にならずに自分事と受け止めていくことが社会を変えていく、というメッセージとなるよう工夫すること。

・YouTube 広告で最後まで視聴してもらえるよう、効果的な構成や演出とすること。

（例）「ストーリー構成 or ストレート構成」　※ 効果的と考える手法を提案すること
「方言の使用や県内の魅力的なスポットでのロケ」
「福岡県出身の著名人の使用」など

・聴覚障がいのある人に配慮し、テロップのみでも内容が伝わるようにすること（ユニバーサルデザインの配慮）。

〔動画に必ず入れるテロップ〕
・７月は、同和問題啓発強調月間です。
・部落差別の解消の推進に関する法律、福岡県部落差別の解消の推進に関する条例が施行されています。
・福岡県

（イ）規格
・３０秒動画

※企画提案に当たっての留意事項

・動画は、YouTube 広告のほか、テレビスポットＣＭ、啓発イベント内での放映等を予定している。３０秒動画の作成とは別に、同動画を活用しての短尺バージョンや長尺バージョンが効果的であるとされる場合は、予算の範囲内で独自提案することを妨げない。

・ファイル形式は、ＭＰ４形式
・映像の画角・画質は、YouTube での動画配信及びテレビＣＭに適したものとすること。

イ　進捗状況等確認のための打ち合わせについて
（ア）契約後、受託者は、撮影を開始する前に、具体的な動画の内容について、絵コンテ等を基に県と打ち合わせを行うこと。
（イ）動画の映像の校正は２回以上行うこととし、映像をチェックする機会を設けること。映像のチェックを行う場所は、県内とすること。

ウ　成果物等
（ア）成果物は、制作後、発注者に納品すること。
・テレビ放送局用ＨＤ形式（５本）
・ＤＶＤフォーマット形式（３本）
（イ）成果物に係る一切の権利は、福岡県に帰属する。
（ウ）成果物は、
・インターネット広告、テレビスポットＣＭ等に、制作後１０年間は出稿の可能性があること
・福岡県人権啓発情報センターのホームページや YouTube チャンネル等でアーカイブ化し、永年公開すること
・県が実施する啓発イベントにおいて、会場内で放映すること（会場内での放映については、制作後の期限を設けることなく使用予定）

としている。このため上記条件において肖像権使用料・版権使用料等の更新料が生

じないようにすること。

※出演者の肖像の使用及び版権の使用等について、遺漏なく許諾を得ている旨について、受託者において確認を行っている旨の書面の提出が必要であること。

（2）インターネット・ターゲティング広告の配信

上記（1）で制作した動画を、インターネット上でターゲティング広告として配信

ア　実施概要

（ア）実施期間

令和８年７月１日～７月３１日

（イ）実施媒体

YouTube（パソコン、スマートデバイス、テレビに配信）

（ウ）広告形態

インストリーム広告

（エ）ターゲティング内容

範囲：福岡県内

年齢：１８歳～５４歳

（オ）視聴完了回数（動画を最後まで視聴した回数）の目標

２１６万回以上

（カ）放映素材

前記（1）で制作した啓発動画

※企画提案に当たっての留意事項

・YouTube 広告での視聴完了回数の目標達成に向けて、企画提案者としての分析を行い、実施方針を記載すること。また、視聴完了回数目標の上積みが可能と考える場合は、独自提案としてその目標値を記載すること。

・YouTube 広告での視聴完了回数を達成可能としたうえで、予算の範囲内で他のインターネットサービス等での広告出稿が可能と判断する場合は、独自提案とすることを妨げない。

＊上記 YouTube 広告のほか、制作した動画については、今後別事業としてテレビスポットＣＭで放映予定。

イ　進捗及び実績報告

（ア）視聴完了回数の進捗を、毎週取りまとめの上、県に報告すること。

（イ）視聴完了回数の進捗が芳しくないと判断される場合は、県に対応策を申し出ること。

（ウ）上記ア（ア）の実施期間満了後の視聴完了回数について県に報告し、目標回数に達しなかった場合は、受託者の負担において期間を延長して実施する等の対応について、県と協議すること。

ウ　効果検証

本事業の実施効果を測定するため、Ｗｅｂ上でのアンケートなどにより、効果検証を行うこと。アンケート項目及び実施時期等については、県と協議の上決定すること。

※企画提案に当たっては、効果的と考えるアンケート方法を提案すること。

（3）実績報告

委託業務（独自提案等に基づく業務を含む）及びアンケートの効果検証が終了し次第、それらの結果を取りまとめた実績報告書を県に提出すること。その際、実績報告書の様式及び提出方法は任意とする。

なお、提出された実績報告書について県が修正を求めた場合は、県と協議の上再提出すること。