

ライフプラン知識の啓発動画制作及び配信・広報業務委託仕様書

本仕様書は、「ライフプラン知識の啓発動画制作及び配信・広報業務」の委託を行うため、福岡県と受注者が業務委託契約を締結する場合に必要なとする基本的事項について定めるものである。

本仕様書は業務の実施内容について示すものであるが、業務の性質上、当然実施しなければならないもの及びこの仕様書に記載のない事項であっても、本業務を遂行するために必要な事項は全て実施するとともに、従事者にその内容を周知徹底し、業務の遂行に当たらなければならない。

1 業務名

ライフプラン知識の啓発動画制作及び配信・広報業務

2 契約期間

契約締結日～令和9年3月31日

3 目的

ライフプランについて、適切な時期に必要な知識や情報を得られるような動画を制作し、広く配信・広報することで、若い世代が自らの結婚行動に対する意識を明確にできるようにすること。

4 業務内容

(1) 啓発動画の制作

①企画・構成案の提案

- ・動画視聴者の対象者（ターゲット層）は、原則として高校生、大学生、社会人（20代）、社会人（30代）とし、視聴者の年代に合わせて、ライフプランに関する必要な知識や情報を視覚的・聴覚的に分かりやすく伝えることができるような動画を企画すること。
- ・企画にあたっては、県が作成したライフプラン副教材「My Life Design」を十分に参照すること。また、ライフプランを考える意義や各種データを動画に盛り込むこと。

【「My Life Design」掲載 URL（県ホームページ）】

<https://www.pref.fukuoka.lg.jp/contents/mylifedesign.html>

- ・対象者への訴求効果を高めるため、著名人等を起用すること（著名人を動画に出演させるほか、著名イラストレーターやクリエイター等による動画制作等の提案も可）。
※起用する著名人等は具体的に提案すること
- ・企画がなぜターゲット層に訴求するのか、分析や趣旨を加えて提案すること。
- ・動画の構成や台詞・ナレーション等について、特定の考え方を押し付け・否定したり、社会通念上偏った表現にならないよう、細心の注意を払うこと。
- ・動画のテーマは、原則として①結婚・妊娠・出産、②仕事と子育ての2テーマとするが、事業目的に沿ってより効果の高い内容を提案すること。

②検討委員会への出席・資料作成等

県が別途設置する検討委員会（※）に対して、以下の業務を行うこと。

- ・ 検討委員会への出席（対面またはオンライン）
- ・ 動画の企画・構成意図に関する説明資料の作成及び当日説明
- ・ 委員会の意見を踏まえた企画・構成内容の修正

※検討委員会：動画の構成・内容に関して、表現の妥当性や学術的観点から検討を行うため、有識者等を委員として県が設置するもの。動画完成までに3回程度の開催を予定。

③動画仕様

- ・ 動画の時間は原則として3分程度とし、年代別（4年代）・テーマ別（2つ）の計8本作成すること。※動画の内容に応じて本数に変更となる場合は、合わせて提案すること。
- ・ 視聴者の目を惹くようなサムネイルを作成すること。
- ・ 動画については、Instagram等のSNSやYouTubeへの掲載を想定しており、動画のファイル形式や画面縦横比等の規格は、配信媒体に合わせたものを制作すること。
- ・ パソコン、スマートフォン、タブレット等の一般的な端末で表示可能なものとする。

④撮影

上記①～③に基づき、動画制作に必要な映像や写真の撮影を行うこと。なお、以下の内容は本業務に含むものとする。

- ・ 資料や素材の収集
- ・ 肖像権及び著作権の許諾等必要な手続き
- ・ 出演者、協力者、撮影地への交渉や許可申請
- ・ 使用料、出演料、交通費、謝礼等の撮影に必要な費用

⑤動画の編集

- ・ 撮影した映像の加工及び編集のほか、音楽やナレーション、テロップの挿入等の編集作業を行うこと。動画視聴者を惹きつける魅力的なコンテンツとなるよう工夫すること。
- ・ 納品までに県から複数回の内容確認及び修正指示の機会を設けること。

（2）啓発動画の配信・広報

4（1）にて制作した啓発動画を、より多くの対象者に視聴していただけるよう、配信・広報を行うこと。

※啓発動画は、県YouTubeへの掲載のほか、県Instagramでの配信を予定しているため、それに加えて実施する効果的な配信・広報手法を提案すること。

①啓発動画の配信・広報手法

- ・ より多くの対象者に動画を視聴してもらえるような配信・広報を提案・実施するこ

と。なお、啓発動画に誘導するための広報素材（WEB 広告用に啓発動画を短く編集したもの）等の作成も本業務に含むものとする。

【配信・広報手法（例）】

- ・ SNS 等による YouTube 動画への誘導
- ・ インフルエンサー等による SNS 配信
- ・ WEB 広告（Google、YouTube、SNS（Instagram、Facebook、X（旧 Twitter）、TikTok 等）
- ・ 対象者が多く参加するイベント等での動画配信

※上記の例に限らず高い訴求効果と費用対効果が見込まれる手法を提案すること。

②配信・広報時期及び期間

- ・ 効果的な配信・広報時期及び期間を提案すること。

③配信・広報の運用

- ・ 配信・広報手法ごとに視聴数等（インプレッション数やクリック数等）に関する目標の数値を提案すること。
- ・ 配信・広報の運用状況を測定・分析し、結果を県に報告するとともに、目標未達の場合は手法を見直すこと。

（3）啓発動画の効果測定

動画を視聴した対象者に対し、動画視聴によりライフプラン意識が明確になったかのアンケートを実施すること。（サンプル調査可。サンプル数は年代（4年代）ごとに 500 サンプル以上とする。）

※効果測定手法及びサンプル数について、提案すること。

5 成果物の納品

以下のとおり成果物を納品すること。

(1) 啓発動画の制作

成果物：制作した啓発動画（完成版）及びサムネイルの電子データ

納 期：令和9年1月29日

(2) 啓発動画の配信・広報

成果物：制作した広報素材等の電子データ及び運用結果報告書

納 期：令和9年3月31日

(3) 啓発動画の効果測定

成果物：アンケート結果報告書

納 期：令和9年3月31日

6 成果物の権利の帰属

- ・本業務により新たに制作した成果物の全ての著作権（著作権法第27条及び第28条に定める権利を含む。）は、当該著作物の引渡し時に発注者に無償で譲渡するものとし、発注者は無償で受注者に許可なく自由に二次利用できるものとする。
- ・業務の遂行に当たり、第三者（発注者及び受注者以外の者）が所有する素材を用いる場合には、著作権処理等を行うこと。
- ・受注者が本業務により制作したデータやデザイン、写真、イラスト、文書等の著作権（著作権法第21条から第28条までに定める全ての権利を含む。）は、当該著作物の引渡し時に県に無償で譲渡するものとする。
- ・成果物に第三者が著作権を持つ素材等を利用する場合には、受注者が予め著作権者の承諾を得て利用を行うこと。
- ・受注者は発注者に対し、著作者人格権を行使しないものとする。

7 その他

- ・提案に当たっては、妥当性があり、実現可能なものとなるよう十分精査すること。
- ・受注者は、契約締結後、業務全体の実施計画、報告方法・時期等について発注者と協議を行い、決定すること。
- ・企画検討、連絡調整のため、発注者との打ち合わせを必要に応じて行い、進捗状況、計画等について報告を行うこと。打ち合わせ以外にも、発注者と十分な協議を行うため、随時連絡調整を行うこと。
- ・業務の実施に当たっては、データの漏えい、滅失及び事故等の予防並びに個人情報の管理に十分注意するとともに、業務の信頼性及び安全性の確保に努めること。また、関係法令を遵守すること。
- ・本仕様書に定めのない事項については、その都度、発注者と受注者双方による協議の上で定めるものとする。

注

本仕様書中、発注者は福岡県を、受注者は本業務の受託事業者を指す。