

令和8年度「AIで変わる感染症予防啓発事業」発信業務委託仕様書（案）

1 事業の概要・目的（別添資料1を必ずご確認ください。）

若者や子育て世代に、子宮頸がん、梅毒及びインフルエンザ等集団発生傾向の高い感染症（以下、「集団感染」という）の予防等に関する行政からの情報を、従来の啓発資材による普及啓発に加え、AIインフルエンサー「ももね」を活用したSNSでの情報発信により、直接、対象者に伝えるチャンネルを確立することで、患者の減少に繋げる。



※Instagram（岡山県運営）：https://www.instagram.com/momone_okayamapref/

2 事業実施期間

令和8年5月～令和9年3月

3 契約限度額

10,678,000円（消費税及び地方消費税を含む）

4 啓発ターゲット及びKPI

	ターゲット	KPI（SNS広告のクリック数）※
子宮頸がん	小5～高1相当の女子及びその保護者	委託契約期間中 21,000回以上
梅毒	10代～30代女性及びそのパートナー	委託契約期間中 26,200回以上
郵送検査	県内在住者 (年齢・性別問わず、平日に検査に行くことが難しい人等)	
集団感染	乳幼児～高校生までの子どもがいる保護者	委託契約期間中 7,100回以上

※各ターゲットの概数等を基に設定（梅毒・郵送検査は【前年の梅毒・HIV・エイズのり患（感染）者数】×100、集団感染は【昨シーズンのインフルエンザ入院基幹定点における20歳未満の入院患者数】×100）

5 委託業務

(1) SNS広告関連

以下に示すLPに誘導するため、ももねを使用した広告（静止画・動画）を制作・配信することとし、それに伴う一切の手続きを行うこと。

なお、広告の配信設計にあたっては、生成AIを活用し、ターゲットを的確にLPへ誘導すること。なお、広告費の投入割合は子宮頸がん：梅毒・郵送検査：集団感染＝5：4：1とするが、KPI達成状況等により随時調整を行うこと。

- 【LP】子宮頸がん : <https://www.pref.okayama.jp/site/528/>
 梅毒・郵送検査 : <https://www.pref.okayama.jp/site/syphilis/787673.html>
 集団感染 : <https://www.pref.okayama.jp/page/913020.html>

① 内容

子宮頸がん

- ・上記4で示すターゲット層のHPVワクチン接種への関心へとつながる内容

梅毒・郵送検査

- ・上記4で示すターゲット層に、マッチングアプリや出会い系サイトの利用による安易な性交渉や複数の相手との無防備な性交渉による梅毒感染の危険性を喚起する内容
- ・郵送検査のメリット（場所や時間帯等に左右されず、匿名で受検可能）を上記4で示すターゲット層を中心に周知し、多様な検査機会を知ってもらい、早期発見・早期治療に向けた行動変容を促す内容

集団感染

- ・若者や子育て世代に、インフルエンザ等の流行状況や予防方法の情報をわかりやすく提供することで、自身や家庭でできる体調管理・感染症対策を周知する内容

② クリエイティブ制作点数

	静止画 (点)	動画 (点)	制作要件
子宮頸がん	4～6	2～3	<ul style="list-style-type: none"> ・静止画：A/Bテストを設計し、委託期間内に2～3回（計4～6点制作）実施すること ・静止画2点（A/Bテスト初回）は、学校の夏季休暇を考慮して7月から配信すること
梅毒 郵送検査	3～5	2～3	<ul style="list-style-type: none"> ・静止画3～5点の内訳 <ul style="list-style-type: none"> ▶郵送検査啓発用1点（7月～配信） ▶A/Bテスト1～2回（計2～4点制作） ・動画2～3点のうち、1点は郵送検査啓発用とする（7月中旬～配信）
集団感染	1～2	—	<ul style="list-style-type: none"> ・配信開始は、インフルエンザ注意報発令時（例年秋頃）を想定 ・当課が、インフルエンザ注意報（警報）の発令等を県民へ周知することを目的に作成したInstagramのフィード投稿を広告として配信することも可とする

③ 配信

広告の配信にあたり、【1】～【4】で示す各段階で、生成AI又は機械学習アルゴ

リズム（以下、生成A I 等と示す）を活用し、配信の最適化を図ることとし、また、提案において、生成A I 等の活用方法を具体的に明記すること。また、提案書には、次の4項目を必ず記載すること。

(提案書に記載する項目)

- ・ 配信媒体（Instagram、TikTok、LINE 等）
- ・ 配信媒体別の予算額、表示回数
- ・ 使用予定A I ツール名又は分析手法

	生成A I 等の活用例
【1】 ターゲット設計	<ul style="list-style-type: none"> ・ ペルソナの設定 ・ ターゲット層の興味関心の分析 ・ 類似オーディエンスの設定 ・ 行動データに基づくセグメントの設定
【2】 クリエイティブの最適化	<ul style="list-style-type: none"> ・ 複数パターンの広告コピーの生成 ・ 動画広告の構成を複数パターン提案 ・ A/Bテストの設計 ・ ユーザーの反応に基づくクリエイティブの改善
【3】 配信アルゴリズムの最適化	<ul style="list-style-type: none"> ・ 配信媒体の提案 ・ 配信時間帯の最適化 ・ K P I 達成状況に基づいた予算再配分の提案
【4】 効果測定および改善	<ul style="list-style-type: none"> ・ エンゲージメント指標^{※1}から、クリエイティブのどの要素が成果に寄与しているか、反応しているユーザーの属性、成果の出やすい時間帯等を分析 ・ 上記の分析結果に基づく改善案の提案

※1：投稿インサイト（リーチ、保存数、シェア数、プロフィールアクセス数、フォロー獲得数）、動画の再生数、平均視聴時間、視聴完了率 等

④ レポートの提出

受託者は、以下の項目及び受託者が必要と判断した内容を記載したレポートを、県の求めに応じて適宜提出すること。

- ・ 広告表示回数
- ・ クリック率（全体・年代・性別・クリエイティブ別）
- ・ 配信結果に基づいた改善案

⑤ その他

- ・ ターゲットへの的確に広告を配信するために最適なキーワードの設定を含むS E O対策を実施すること。
- ・ S N S 広告の配信実施期間において、必要に応じて、広告の実施状況を県へ報告す

ること。また、K P I の達成が困難と見込まれる場合などにはその結果に応じて改善策を県と協議して実施すること。

- ・ 広告を配信するために必要な設定を実施し、広告の実施状況を確認するための閲覧権を県に付与すること。付与することが難しい場合は、別途対応策を示すこと。
- ・ 広告価値棄損の課題「ビューアビリティ」「アドフラウド」「ブランドセーフティ」については、県に対する透明性を確保の上、確実な対策を行うこと。

(2) 啓発資材の制作（既存資材の改訂を含む）

※委託内容はデザインの作成のみ。印刷は含まない（当県で実施）。

① 制作内容（現行のチラシは別添 参照）

	啓発資材	仕様	要件
子宮頸がん	【1】リーフレット (1種) ※一部改訂	A4見開き4ページ	<ul style="list-style-type: none"> ・ 6月中旬にデザインを確定させること。 ※令和8年4月から、定期接種対象ワクチンが現行の3種類(2価、4価、9価ワクチン)から1種類(9価ワクチンのみ)となることに伴い、当県のリーフレットも改定を行う。
梅毒 郵送検査	【2】郵送検査宣 用カード(1種)	名刺サイズ	<ul style="list-style-type: none"> ・ 制作時期は、契約締結後、県と受託者で協議のうえ、決定する。
	【3】コンドーム (1種)	1包装(個包装)の外装 のデザイン	
集団感染	【4】梅毒啓発チ ラシ(2種)	<ul style="list-style-type: none"> ・ A4片面1ページ ・ 「一般向け」チラシ、 ・ 「妊婦向け」チラシ の作成	<ul style="list-style-type: none"> ・ 他の啓発資材の制作スケジュールや予算等を考慮し、当県と協議のうえ、制作の要否を決定する。
		<ul style="list-style-type: none"> ・ A4片面1ページ ・ インフルエンザ及び腸管出血性大腸菌感染症の注意報発令時等の県民への注意喚起用 	

② その他

- ・ ももねを使用したデザインとする。
- ・ 【1】及び【4】に記載する内容については、既存のもの（別添資料2参照）に基づくものとする。
- ・ 各啓発媒体のデータは、契約終了後も県で更新を可能とするため、AdobeIllustratorで編集可能な形式及びパワーポイント形式の2種類を県に提供すること。

(3) SNS投稿関連

① SNS投稿の制作

- ・ももねの Instagram (https://www.instagram.com/momone_okayamapref/) の投稿用コンテンツを制作する。
- ・投稿はカルーセル投稿 3～5 枚程度で、頻度は月 2～3 回程度。制作するコンテンツのイメージは、上記 Instagram の投稿を参考にすること。
- ・投稿の内容は、流行中の感染症に関する注意喚起を中心に、梅毒対策や郵送検査、子宮頸がん予防に関する情報等も発信する。
- ・流行中の感染症に関する注意喚起については、県ホームページ（感染症の注目情報：<https://www.pref.okayama.jp/page/913020.html>）の内容を中心に、県と協議のうえ、内容を決定する。
- ・梅毒対策や郵送検査、子宮頸がん予防に関する情報等についても、県と協議のうえ、内容を決定する。

② リール動画の制作

受託者は、ももねの Instagram アカウントのフォロワー数の増加に寄与するリール動画を制作すること。なお、制作したリール動画は、当県が Instagram 投稿用コンテンツとして使用する。

【1】制作本数

- ・月 1 本以上を目安に、委託契約期間内に合計 10 本以上制作すること。
- ・岡山県に関連する情報を発信しているインフルエンサーと連携した動画を 1 本以上含めること（詳細は【5】参照）。

【2】動画の仕様

- ・縦型（9:16）
- ・15 秒以上 90 秒以内とし、視聴者の視聴維持率を考慮した長さとする。
- ・字幕付きで、音声なしでも理解できる構成とすること。
- ・ももねを出演させること。

【3】制作方法

- ・動画の制作には生成 AI 等を活用し、使用するソフト及び制作工程を簡潔に提案書に明記すること。
- ・ももねの服装、髪型、背景、身に着ける小物等を柔軟に変更可能な設計で、動きの自由度が高いことが望ましい。

【4】動画の構成

- ・視聴者の関心を引く構成とすること。
- ・Instagram のフォローを誘導する構成とすること。

【5】インフルエンサーと連携したリール動画

- (a) 内容（例）

- ・岡山県内在住の子育て関連情報発信系インフルエンサーとももねが、感染症予防やHPVワクチンに関する疑問を対談形式で解説する。
 - ・岡山県内の飲食店紹介系インフルエンサーと連携し、感染症対策を啓発する。
 - ・インフルエンサーの実体験や日常生活の場面に、ももねが登場する。等
- ※リール動画の内容は、HPVワクチンや集団感染予防等の啓発を目的としたものに加え、フォロー促進やももねの認知度向上を目的とした日常風景やダンス等の親しみやすい内容を含めることも可とする。

(b) インフルエンサーの選定

候補とするインフルエンサーについて、提案書に以下の事項を明記すること。

- ・氏名及びアカウント名
 - ・フォロワー数
 - ・主なフォロワー属性（年齢層、性別、地域等）
- ※Instagram 公式インサイトに基づくもの
- ・主な発信内容及びターゲット層
 - ・過去のタイアップ実績
 - ・選定理由

【6】その他

- ・別添資料3に掲載の画像（PNG形式）を基に、以下のコンテンツを生成AI等により制作し、提案書または技術提案審査会にて提示すること。（画像は別添資料3からダウンロード可能）

(a) Instagram 投稿用静止画：カルーセル投稿3枚程度

- ・ももねのInstagramの投稿を参考に、投稿1回分の画像を制作すること。
- ・内容の正確性及び専門性は問わない。「インフルエンザ流行中→手洗いで予防可能→予防にはワクチンが有効！」程度で可とする。
- ・ももねの服装・小物・ポーズ・表情等は自由（岡山県の形のヘアピンは必須ではない）。

(b) リール動画のサンプル：1本以上（内容及び長さは問わない。）

- ・リール動画は、投稿後にエンゲージメント指標（再生数、視聴完了率、保存数、フォロー獲得数等）を分析し、その結果及び改善案を県へ報告するとともに、次回のリール動画の制作に反映すること。
- ※エンゲージメント指標の分析及び改善案の作成には生成AI等も活用すること。
- ・科学的根拠に基づく正確な情報を使用し、県の確認を受けた上で公開すること。
 - ・インフルエンサーとの出演交渉、契約締結、契約料の支払い、出演料、スケジュール調整、交通手段の確保等、その他動画制作にかかる一切の手続きを実施すること。
 - ・利用権に期限がある場合（ないことが望ましいが）は、提案書に明記すること。
 - ・制作にかかる概算費用を提案書に明記すること。

(4) 自由提案項目

受託者は、上記(1)～(3)の業務に加え、事業費(委託上限額)の範囲内で、「ももね」を活用し、定期接種対象者及び保護者へ、直接、子宮頸がん予防に関する正しい情報を提供し、接種に対する心理的ハードルを下げることを目的とした対面型施策を企画・実施すること。なお、当該施策は、SNS(ももねのInstagram)と連動させて実施することが望ましい。提案書には、以下【1】～【5】を明記すること。

【1】企画内容

- ・実施形式(例:産婦人科医等専門家と連携した小中学校での授業、地域イベント、街頭啓発等)
- ・ももねの活用方法(例:解説役、ナビゲーター、パネル等)
- ・対象者(例:定期接種対象者、保護者等)
- ・Instagramアカウントとの連携方法(例:事前の告知投稿、実施後のリール動画作成等)

【2】実施方法

- ・実施までの流れ、運営方法、実施回数、場所(想定で可)等

【3】実施体制

- ・従事者の人数及び役割、専門家の関与の有無等

【4】概算費用

- ・施策実施に係る費用の内訳

【5】その他

- ・施策実施後に苦情等があった場合の対応体制
- ・個人情報を取得する場合は、管理方法・保管期間等を示すこと。
- ・施策実施後、参加者を対象にアンケートを実施し、結果を県へ提出すること。アンケート内容は県と協議のうえ作成する。
※街頭啓発等のアンケートの実施が困難な場合を除く。
- ・第三者が権利を保有する素材(タレント等の著名人、キャラクター、音楽等)の活用も可とする。その際には、権利保有者との交渉、契約締結、契約料の支払い、出演料、利用料、スケジュール調整、交通手段の確保等、その他付随する業務全般を実施すること。
- ・利用権に期限がある場合には明記すること。その場合、令和11年3月以降となることが望ましい。

6 「5 委託業務」にかかる留意事項

- ・制作物は、ハイビジョン画質または、それと同等の画質とすること。
- ・制作にかかる取材・撮影・編集全般を行うこと。作業の各段階において、県との間で内容確認を行い、必要に応じて修正すること。
- ・動画は、パソコン、スマートフォン及びタブレット端末でストリーミング再生できること。

- ・制作物は県が指定する以下の形式で事業完了期間までに納品すること。
：パソコン上で閲覧できるデータを収めたDVD 3枚

7 類似事業の実績について

提案者は、以下（１）のいずれかに該当する事業実績がある場合、（２）に示す項目を提案書に明記すること。

(1) 対象事業	(2) 提案書へ記載する事項
<ul style="list-style-type: none"> ・インフルエンサーとのタイアップ企画 ・SNSを活用したフォロワー獲得施策 ・行政又は公的機関における啓発事業 ・医療・健康分野に関する情報発信事業 	<ul style="list-style-type: none"> ・事業名 ・発注者（自治体名等） ・実施年度 ・事業概要（目的・内容） ・インフルエンサーの起用方法 ・自社の担当業務 ・成果（フォロワー増加数、リーチ数、エンゲージメント率等の具体的数値）

8 事業体制

- ・本業務の開始から終了までの間、事業実施方法や進捗状況の確認等、事業の円滑な実施の為に十分な経験と技術力及び調整能力を有する技術者を従事させるとともに、事業内容を総合的に評価でき、かつ作業進行を適切に処理できる制作責任者を置くこと。
- ・県と綿密な連携を図りながら、業務が円滑に遂行できる体制をとること。
- ・本業務の遂行に先立ち、制作責任者、担当者等について、その所属、氏名、実務経験、本業務における役割等を県に提出し、承認を得ること。その提出書類はフォーマットを含め、受託者が速やかに用意すること。

9 履行場所

受託者事業所内

10 委託の条件

受託者は、本業務の実施に当たって、次の条件を遵守しなければならない。

- (1) 受託業務が完了したときは、速やかに委託業務完了報告書（別紙1）を作成し、報告しなければならない。
なお、報告書に添付する主な資料は、上記5（1）④で示すSNS広告の配信レポートとし、詳細については県が指示するものとする。
- (2) 委託業務の実施に必要とする機材等については、原則として受託者所有の機器を使用すること。
なお、委託事業の実施に当たり、取得価格が10万円以上の機械、器具又は物品の仕様が必要となる場合、当該備品の調達方法については、特段の事情がない限り、賃貸

借契約（リース又はレンタル）により整備すること。

やむを得ず、委託業務を実施するにあたり、備品の取得が必要な場合にあつては、取得する備品の取得価格又は効用の増加は 50 万円を限度とし、50 万円を超える備品の取得はできないものであること。

- (3) 委託事業に係る会計関係帳簿等を整備し、委託業務完了後 5 年間保存すること。

11 精算

- (1) 本業務は、契約金額を上限としてその範囲内で実施するものとする。
- (2) 本業務が終了した時点で、実施経費の精算を行い、県の確認を経た上で額を確定し、経費の請求を行うこと。

12 著作権等

- (1) 使用する生成 A I 等は、当該サービスの利用規約及びライセンス条件を遵守し、商用利用が可能であることを確認すること。
- (2) 本業務の制作物の著作権（著作権法第 27 条及び第 28 条の権利を含む）は、全て県に帰属するものとする。
ただし、タレント等の著名人を活用する場合等で、肖像権等の関係によりこれが困難な場合は、著作権及び二次使用の期限を別途明記すること。
- (3) 本業務の制作物（画像、動画、音声、文章、デザイン等を含む）について、第三者の著作権、肖像権、商標権その他の権利を侵害しないよう、受託者の責任において必要な権利処理を行うこと。
- (4) 成果物に関して第三者との間に権利侵害等の問題が生じた場合は、受託者の責任及び費用においてこれを解決すること。
- (5) 生成 A I 等の学習データおよび生成物に関する情報・プロンプト内容などのメタデータをすべてログとして記録・保管し、契約終了後は岡山県に提供すること。
- (6) 作成したアカウント及びそれらに掲載されているコンテンツは、期間満了後、県又は県の委託業者が管理運営する場合を考慮し、県に引き継ぐこととする。アカウント情報などは、県の求めに応じて提供すること。

13 秘密保持

- (1) 事業者から県に提出された提案書等は、本業務における契約予定者の選定以外の目的で使用しない。
- (2) 本業務に関して、受託者が県から受領又は閲覧した資料等は、県の了解なく公表又は使用してはならない。
- (3) 受託者は、本業務で知り得た県及び事業者等の業務上の秘密を保持しなければならない。

14 その他

- (1) 受託者は、当該業務の遂行方法について不明な点が生じた時は、その都度県と協議の上、業務の円滑かつ適切な実施に努めるものとする。
- (2) 岡山県は、受託者に対し、必要に応じ業務の状況について報告を求めることができるものとする。
- (3) 提案に当たっては、実現可能性のある提案とすること。
- (4) 必ずしも提案の内容を実施するとは限らない。実施に当たっては、県と協議を行い、決定していくものとする。
- (5) 予算規模 10,678,000 円に達しないうちに、目標を達成した場合であっても広告の配信を継続し、予算内での広告の効果最大化を図ること。
- (6) デジタルプロモーション実施時における留意事項（別添資料 4）に該当する項目がある場合は遵守すること。
- (7) 生成 A I の利活用においては、別添資料 5 に示す内容を確認し、遵守すること。