

## 令和 5、6 年度 医薬品副作用被害救済制度に係る広報業務に関する仕様書

### 1. 調達件名

令和 5、6 年度 医薬品副作用被害救済制度に係る広報業務

### 2. 調達目的

独立行政法人医薬品医療機器総合機構（以下「PMDA」という。）健康被害救済部においては、国民及び医療関係者等に対して医薬品副作用被害救済制度（以下「救済制度」という。）について、種々の媒体を用いて広報活動を実施してきているが、今後も、救済制度についての認知度及び理解度をより一層高める必要があることから、広告会社等に効果的な広報企画を募り、その実施にかかる業務を委託するものである。

### 3. 業務の範囲及び内容

業務の範囲は、救済制度に係る広報に関する事項とし、救済制度についての認知度及び理解度の向上を目的とした効果的な広報を実施するための内容とする。その内容詳細は以下のとおりとする。

#### (1) 広報の実施時期について

契約締結日から令和 7 年 3 月 31 日まで。

原則、令和 5 年 10 月 17 日～23 日及び令和 6 年 10 月 17 日～23 日の「薬と健康の週間」を含むそれぞれ 10 月から 12 月の 3 ヶ月間は、集中的に広報（いわゆる、キャンペーン）を実施すること。したがって、広報企画案においては、集中広報期間に実施する内容と、それ以外の期間に実施する内容を分けて提案すること。また、契約 2 か年の中で、令和 5 年度は既存の CM 動画等を用いた広報を実施しつつ主に有名人等を起用した印象度・訴求力の高い新 CM 動画の制作を行い、2 年目は、当該新 CM 動画等を用いた広報を展開すること。

#### (2) 訴求対象及び訴求内容について

一般国民及び医療関係者を訴求対象とすること。

- ① 一般国民については、20 歳以上の男女をできるだけ幅広く訴求対象とするが、インターネット利用者、医療機関及び調剤薬局の利用者、並びに要指導医薬品・一般用医薬品の購入者を主たる訴求対象とした広報も行うこと。訴求内容は救済制度についての認知度の向上を目指したものとすること。
- ② 医療関係者については、主たる訴求対象を医師とし、歯科医師、薬剤師、看護師、医療ソーシャルワーカーに対しても救済制度の広報を行うこと。また、医療関係の学生も訴求対象とする。訴求内容は救済制度についての理解度の向上を目指したものとすること。

こと。

- ③ 広報企画案においては、一般国民及び医療関係者の中でも更に訴求対象を細分化し、各取組みについて訴求対象が明確となるようにしたうえで提案すること。
- ④ 広報企画案の作成に当たっては、別途説明会で配布する「令和4年度広報実施結果の分析」、「令和5年度における救済制度の周知・広報の方向性」を参考にすること。

### (3) 実施内容

#### < 1. 一般国民向けについて >

一般国民向けの広報内容を、以下のとおりとする。

①②については必ず実施すること。③～⑥については、必ずしも全てを実施する必要はなく、また、2か年度必ず実施する必要はない。救済制度の認知度を上げるために効果的と思われる施策を重点的に実施するかたちでも差し支えない。その場合であっても、③～⑥の施策のうち2か年間で3つ以上は必ず行うこととし、その実施内容案を具体的に示すこと。

- ① テレビスポットCMの放映を行うこと。令和5年度は既存のCM動画を用い、令和6年度は令和5年度に制作する新CM動画を用いて放映すること。放送期間は「薬と健康の週間」を含む最低一週間以上とすること。新CM動画については、より効果的な広報とするためのCMの内容（ストーリー、出演者等）と放映条件（放映時間、放送回数等）について具体的に提案すること。なお、制作したCM動画は、放映開始後1年間、PMDAの特設サイトから視聴を可能とすること（動画の掲載にあたっては、YouTubeを利用している）。その際、第三者が権利を有する著作物又は知的所有権等の使用が必要となる場合は、受注者の責任において、その権利の使用に必要な費用の負担及び使用許諾契約等に係る一切の手続を行うこと。
- ② 救済制度の特設サイトへの誘導を目的としたWEB広告を実施すること。訴求対象者に確実に露出できるWEB広告媒体として、少なくともYahoo! JAPANとGoogleの2サイトを選択すること。その他、より効果的な広報とするための広告の方法（バナー広告、検索連動型広告・リスティング広告、ターゲティング広告、エディトリアル広告など）及びその組み合わせについて提案するとともに、他のサイト（SNSの利用等を含む）の選定についても考慮すること。実施期間のうち10月から12月の期間は、1ヵ月あたり150,000クリック以上を達成（10月から12月の期間の合計が450,000クリック以上でも可）すること。1月から3月の期間は、1ヵ月あたり15,000クリック以上を達成（1月から3月の期間の合計が45,000クリックでも可）すること。その際、広告配信時間等や特設サイトへの誘導傾向を常に分析しながら、より効果的な方法で実施すること。分析結果については明確な指標を用いてPMDAに随時報告すること。

- ③ 全国紙5紙（朝日新聞、読売新聞、毎日新聞、産経新聞、日本経済新聞）のうち3紙以上に最低1回は、「薬と健康の週間」に合せて救済制度の広告を掲載すること。広告スペースは5段1/2以上とし、PMDAが指示するデザインを掲載すること。その他の新聞への掲載を行う場合も広告スペース、回数等について提案すること。
- ④ 病院・調剤薬局ビジョンでCM放映すること。放映期間は最低1月以上とし、その他、効果的な広報とするためのCMの内容及び放映条件（実施施設数、放映回数など）について提案すること。
- ⑤ 医療機関及び薬局の利用者並びに要指導医薬品・一般用医薬品の購入者を対象にした広報として、薬袋や薬剤情報提供書（薬情）、お薬手帳等を用いた実施可能で効果的な広報の企画案を提案すること。
- ⑥ 救済制度をわかりやすく説明した動画等をLINE、Twitter及びFacebookなど訴求に適した媒体で配信すること。配信する動画については救済制度の特設サイトに掲載されている動画を利用することも可能とする。新たに動画を制作した場合は常時特設サイトに掲載すること。
- ⑦ 上記に加えて、一般国民向けにより効果的かつ効果の検証が可能な広報企画案を訴求対象者別に提案すること。
- ⑧ その他、企画案については、「実施を保証するもの」と「保証はできないが実施に向けて努力するもの」を区別して記載すること。

## < 2. 医療関係者向けについて >

医療関係者向けの広報内容を以下のとおりとする。

- ①②については必ず実施すること。③については必ずしも必ず実施する必要はなく、また、2か年度必ず実施する必要はない。
- ① 広報媒体として医療関係専門誌（WEB版を含む）の記事広告を利用すること。なお、医療関係専門誌にあつては、医師、薬剤師、歯科医師、看護師が購読している雑誌の中から、発行部数等をもとに各訴求対象者（少なくとも各職種別、必要に応じ勤務先の施設形態も考慮する）に確実な訴求効果が期待できるもの1媒体以上を選択し、1回以上記事広告を掲載すること。その際、より効果的な広報とするための掲載誌の選定と回数について提案すること。
- ② 内科、精神科、皮膚科などの学会への広告について訴求効果が期待できるもの1媒体以上を選択し、1回以上広告を行うこと。その際、より効果的な広報とするための企画を提案すること。
- ③ 医療関係者、医療関係の学生を対象に救済制度の特設サイトの医療関係者向けページへの誘導を目的としたWEB広告をそれぞれ実施すること。各職種・学生別の専門の情報サイト等の訴求対象者に確実に露出できるWEB広告媒体（SNSの利用等を含む）を選択すること。その他、より効果的な広報とするための広告の方法（バナー広告、リステ

ィング広告、ターゲティング広告など) 及びその組み合わせについて提案すること。実施期間1カ月あたり、6,000クリック以上を達成すること。その際、広告配信時間等や特設サイトへの誘導傾向を常に分析しながら、より効果的な方法で実施すること。分析結果については明確な指標を用いてPMDAに随時報告すること。

- ④ その他、企画案については、「実施を保証するもの」と「保証はできないが実施に向け努力するもの」を区別して記載すること。

#### <一般国民向け、医療関係者向け共通事項>

- ① ポスターやリーフレット、パンフレットを製作する場合は、PMDAが指定するデザインとする。

なお、サイズは以下のとおりとする。

(ポスター) 日本産業規格A列2番又はB列3番

(リーフレット) 日本産業規格A列4番

(パンフレット) 日本産業規格A列4番又はA列5番

※ ポスターやリーフレット、パンフレットの作成数は受注者が実施する広報に必要な数とする。ただし、ポスターについては、PMDAが実施する学会におけるブース展示等に供するため、日本産業規格A列0番及びA列1番を各10枚作成すること。印刷したポスター(A列0番、A列1番各1枚のみ)については、それぞれフレームに入れて納品すること。

- ② 印刷物、ノベルティグッズなど、配布を目的とした広報資材を製作する場合には、配布先等、必要数、配布方法等の配布計画を含めた提案とすること。
- ③ 特設サイトを修正する必要が生じた場合、PMDAの指示どおり修正できること。
- ④ 全ての広告について、取組みの効果を測定するための指標を設定し、業務完了時に報告すること。特にWEB広告については、特設サイトへの流入数、経路、閲覧時間を媒体ごと(広告を実施したWEBサイト、雑誌広告に入れたQRコード等を含む。)にカウントできるようにすること。(PMDAから提供できる数値は別途提示する。)

#### (4) 定例会等の実施

業務開始時にキックオフミーティング、終了前に最終報告会を開催するほか、定例会を開催し、PMDA職員出席のうえで企画内容や進捗状況の確認等を行う。また、企画案の変更を要する場合や追加の提案等がある場合には、上記定例会もしくは臨時にミーティングを開催して協議を行う。なお、本仕様書の範囲内で企画案を変更する場合であっても、必ずPMDAの了解を要する。

#### 4. 個人情報の管理・取扱いについて

本業務で取り扱う個人情報については、「個人情報保護法」及び「独立行政法人等の

保有する個人情報の適切な管理のための措置に関する指針について（通知）」（総管情第 85 号 平成 16 年 9 月 14 日発出）に基づいて管理を行うこと。

#### 5. 著作権について

- (1) 正式に採用され、使用されたデザインに関しては本著作権に関する全ての著作権（著作権法第 21 条ないし第 28 条に定める権利を含む。）、使用权等、作品に係る一切の権利を、PMDA に譲渡するものとする。
- (2) 本著作権については、正当な権利を取得した第三者及びその他の指定する者に対し、著作権人格権（公表権、氏名表示権及び同一性保持権）を行使しないものとする。

#### 6. 再委託について

- (1) 受注者は、受注業務の全部又は主要部分を第三者に再委託することはできない。受注業務の一部を再委託する場合は、その最終的な責任を受注者が負うこととし、事前に再委託する業務、再委託先等を PMDA に申請し承認を受けること。申請に当たっては、「再委託に関する承認申請書」の書面を作成のうえ、PMDA に提出すること。また、受注者は、機密保持、知的財産権等に関して本仕様書が定める受注者の責務を再委託先業者も負うよう、必要な処置を実施し、PMDA に報告のうえ承認を受けること。
- (2) 受注者又は本業務の一部の委託を受けた業者（以下この項において「委託元業者」という。）から本業務に係る業務の一部を受けた業者は、当該業務の一部を第三者に再委託する場合、再委託する業務の範囲及び再委託先等について、委託元業者を通じ、受注者が取りまとめのうえ、PMDA に申請し承認を受けること。申請に当たって必要な書類及び手続き並びに本仕様書に定める責務については 6.（1）に準拠する。

#### 7. 本業務の選定について

本業務については、3.（1）～（3）に基づいた企画案について企画競争により、落札者を決定する。

#### 8. 秘密保持について

PMDA から提供する情報については、秘密保持契約の対象とする。

なお、本項目の詳細要件については秘密保持誓約書に明記してあるので、受注者においては別途書類提出を求めることとする。

#### 9. 企画競争参加者の条件

- (1) 本業務の企画案、概算見積書、実施体制図については指定された期日までに提出すること。
- (2) 企画案のプレゼンテーションには、本業務に従事する者が参加すること。

(3) 受注者においては、本業務の見積りの内訳書について、詳細な根拠資料を落札後に即日提出すること。

#### 10. 受注者の決定方法

受注者の決定は、別途提示する予算額の範囲内で、参加者が実施可能な業務を記載した企画書に基づいて審査を行い、質疑等を行ったうえで、以下(2)に記載した評価基準に基づき評価を行い、最も点数が高かった業者を契約予定者として選定する。

評価に当たっては、PMDAに設置する企画競争選定委員会において評価を行う。

##### (1) 評価の配点

評価に当たっては、1200点の範囲内で採点を行う。

##### (2) 評価基準及び採点

別紙1「評価基準表」で評価基準等を設定し、別紙2「審査要項」に基づいて採点するものとする。

① 別紙1「評価基準表」の各評価項目の※印のとおり、最低限の要求用件を示すとともに、特に重要となる項目は必須項目とし、当該項目の要求用件を満たしていないものは事業の確実な遂行が危ぶまれるため不合格とする。

② 企画競争選定委員会委員は、別紙2の審査要項に従って、各評価項目の定められた点数を得点として与える。

##### (3) 選定方法

① 企画競争参加者は、企画審査として企画書に基づきプレゼンテーションを行う。

② プレゼンテーションの時間は15分、質疑応答は10分とする。

③ 各委員は、上記①の結果を別紙2「審査要項」に基づき審査し、参加者の評価点数を採点表に記入する。

④ PMDAは、上記③の合計点を算出し、最高点を得た参加者を選定、契約予定者として選出する。結果については参加者全員に通知する。

⑤ 最高点を得た者が2者以上の場合は、くじ引きにより契約予定者を決定する。

⑥ 最高点を得た参加者について、契約の履行が出来ないと認められる場合には、その者と契約は結ばず、次点の者と契約を結ぶこととする、また、次点の参加者についても同様とする。

#### 11. 企画競争説明会での業者への提示資料

参加要項、企画競争説明書、仕様書、評価基準表、審査要項、認知度調査結果、令和4年度広報の概要、CM等の動画

#### 12. 結果の通知・公表

- ・受注者名。(採点結果の得点は発表しない。)
- ・後日、PMDA ホームページに上記結果を掲載

### 13. 納入成果物及び納入方法

- (1) 救済制度の広告を掲載した新聞、雑誌等の媒体については現物を 2 部
- (2) 本業務において製作した画像等のデータを記録した CD-R (又は DVD-R) 1 部
- (3) 業務完了報告書 (紙媒体 2 部、電子媒体を記録した CD-R (又は DVD-R) 1 部)
- (4) その他、実施内容に応じた成果物については、適宜、PMDA に進捗状況の報告を行うこと。また、納品に際しては、PMDA 担当者の指示により納品すること。

### 14. 納入期限

上記「13. 納入成果物及び納入方法」の(1)については掲載後 1 週間以内に、(3)については完成後 1 週間以内に、その他については令和 7 年 3 月 14 日厳守。

### 15. 検収及び業務の完了

受注者は業務完了報告書を提出後、PMDA 担当者による検収を受けること。納入成果物の全部又は一部に不合格となるものが存在した場合、受注者の負担により是正した上で、再度、PMDA 担当者による検収を受けること。

PMDA 担当者による検収終了をもって、業務完了とする。

### 16. その他

- (1) 契約にあたっては、選定された企画書案の全てを採用するものでなく、一部のみの採用もしくは PMDA の要請による企画案の修正をもって契約することもあり得る。
- (2) 選定された企画書案のうち、「実施を保証するもの」については、業務実施期間において、確実に履行できるものとする。また、「保証はできないが実施に向け努力をするもの」については、その対応状況を 3 (4) の定例会等で説明し、実施が困難となった場合には速やかに代案を提示すること。
- (3) ポスター、リーフレット等広報資材の製作にあつては、グリーン購入法第 6 条に基づく環境物品等の調達に関する基本方針に定める判断基準を満たしていることに留意すること。
- (4) 提出された企画書等に対する経費の支出は行わない。また、審査終了後、企画書等は返却しない。
- (5) 企画書等には営業上の機密事項が含まれていることを考慮し、各社の企画書等は非公開とする。
- (6) 救済制度の効果的な広報を行うため、新しくかつ自由な発想のもとで企画案を作成、提案することを期待する。ただし、これまで PMDA の広報活動で使用した「ドクトル

Q<sup>®</sup>」等のキャラクターを活用することは妨げない。

(7) 仕様書にない事項又は仕様書について生じた疑義については、両者協議の上、解決するものとし、本業務の実施に当たっては、PMDA 担当者の指示に従い実施すること。

#### 17. 窓口連絡先

独立行政法人医薬品医療機器総合機構

健康被害救済部 企画管理課 柴垣

電話：03-3506-9460

E-mail：kaitou●pmda.go.jp 「●を@（半角）に変換してください。」