人権啓発動画「ハンセン病問題を知る ～元患者と家族の思い～」の広告配信に関する留意事項

1 広告媒体

下記2～4の媒体については、必須の広告出稿先とすること。

2 バナー広告（GDN及びYDA）

(1) バナー広告（誘導用）は、グーグル合同会社、ヤフー株式会社の提供する次の広報媒体を使用する。

ア Google Display Network

イ Yahoo! Display Ads

※ ただし、上記媒体と同等又はそれ以上の広報効果が得られる他の媒体がある場合は提案すること。その場合は、根拠資料や理由等、必要な情報を提案書中に明記すること。

(2) 掲出先サイトは当センターが指定するものに限定すること。

(3) バナー画像クリック数はより多いことが望ましいが、少なくとも以下のクリック数を満たすものとする。

ア Google Display Network

計50,000クリック以上

イ Yahoo! Display Ads

計50,000クリック以上

※ 掲出においては当センターと協議のうえ、別途グーグル合同会社、ヤフー株式会社と連携し効果的・効率的な配信運用に努めること。

(4) バナー広告で掲載する画像は、受注者に対して当センターより提供する。

3 SNS広告

(1) SNS上の広報は、次の広報媒体による動画広報とする。

ア Twitter

イ Instagram

※ ただし、上記媒体と同等又はそれ以上の広報効果が得られる他の媒体がある場合は提案可。その場合は、根拠資料や理由等、必要な情報を企画書中に明記すること。

(2) 動画視聴完了数はより多いことが望ましいが、少なくとも以下の回数を満たすものとする。

ア Twitter 20万回

イ Instagram 10万回

※ 掲出においては当センターと協議のうえ、効果的・効率的な配信運用に努めること。

(3) 配信する15秒動画は、受注者に対して当センターより提供する。

(4) T w i t t e rにおいては、当センターのアカウント(@Jinken_Center)を使用し、広報展開を行うこととする。また、F a c e b o o k及びI n s t a g r a mにおいては、当センターが発行するメールアドレスを使用し、広報用のアカウントを作成すること。

4 YouT u b e (インストリーム広告)

(1) 「YouT u b e T r u e V i e w」による動画広報とする。
(2) 動画視聴完了数はより多いことが望ましいが、少なくとも以下の回数を満たすものとする。

50万回

5 その他想定される媒体

上記2～4の媒体による広報の他に、ウェブ上においてより広報効果・視聴者増の効果が高い手法があれば提案可能とする。

- ※ 法務省が実施する広報にふさわしい媒体・内容にすること。
- ※ 任意広報等の広報デザインについては、本事業で使用する映像を基に、必要な加工・修正等を施した上で可能な限り統一すること。

6 映像

配信する15秒動画は、以下を使用すること。

YouT u b e 法務省チャンネル

人権啓発動画「ハンセン病問題を知る ～元患者と家族の思い～」(15秒CM)

<https://youtu.be/kIMr2PNokac>

7 広報時期

以下を想定。

令和5年6月20日(火)～令和6年1月31日(水)

※ 広報スパンが定められている媒体がある場合は、提案書中に、特記事項とするなど強調して明記すること。

※ 下記の時期に関しては特に手厚く広報すること

ア らい予防法による被害者の名誉回復及び追悼の日 毎年6月22日

イ 熊本地方裁判所におけるハンセン病家族国家賠償請求訴訟判決
6月28日

ウ 人権週間 毎年12月4日～10日