

	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度
メイン事業	<p>【専用HPの開設、各種制作物の配布等】</p> <p>①専用HP「#WE LIKE 保育！」の立ち上げ</p> <p>②シンボルマーク、キャッチコピー（「#WE LIKE 保育！」「育つ力を、育てる仕事。」「ほいくん」）の作成</p> <p>③キービジュアルポスター（3,000枚）、リーフレット（10,000枚）、フライヤー（85,000枚）、クリアファイル（85,000枚）の作成</p>	<p>【PRマンガ・動画の制作、FMラジオ等でのPR】</p> <p>①保育士PRマンガ「マンガで知ろう！保育士っていい仕事っ！」の制作 2000部</p> <p>②佐藤麻美さん（フリーアナウンサー）「保育の仕事現場レポート&トークライブ動画」の制作 視聴回数 約300回</p> <p>③FM Air-G 番組内でのPR ・イマリアル「目指そう！保育のしごと」（全8回放送） ・ブリリアントデイズ「おしえて保育のしごと」（全4回放送）</p> <p>④Web用新規コンテンツの制作 上記①～③各コンテンツの掲載</p>	<p>【Web広告の実施・Web用新規コンテンツの制作】</p> <p>①CM「#WE LIKE 保育！」視聴回数 約34,000回</p> <p>②動画 天才のつぶやき「くすっと篇」「ほっこり篇」 同約46,000回</p> <p>③Web用新規コンテンツ「保育士診断」、「保育士白書」の制作</p>	<p>新規事業コンセプト（仕様書4（1）関係）</p> <p>①保育士、保育園員など、保育にかかわる人々を巻き込んで、「ともに創る、参加する」コンテンツ・イベントを実施</p> <p>②「園児たちの、日ごろの活動・成果物などを目にし、感じることができる」コンテンツ、イベントとし、それによって、子育ての素晴らしさ、社会における保育の重要性を考えるきっかけとするとともに、それを支える保育職の尊さ、やりがいなどを感じることができるような事業。</p> <p>③単発のコンテンツ、イベントで終わらせるのではなく、それを基に、専用HP、Web広告などで継続的に活用できるような制作物（バナー広告、動画、ポスター等）を作成する。</p> <p>④「話題性」も重視し、SNSの拡散や、マスコミ各社の目にも留まるような工夫をする。</p>
広報事業	<p>①地下鉄まど上広告掲出 12/9-12/15 368枚掲示</p> <p>②中央バス額面ポスター広告掲出 12/9-12/15 579枚掲示</p> <p>③じょうてつバス額面ポスター広告掲出 12/9-12/15 171枚掲示</p>	<p>①チカホ壁面広告の掲出 1/18-1/31</p> <p>②現役保育士、潜在保育士向けパンフレットの作成 保育人材確保に関する補助金、保育士修学資金貸付、SAPPORO保育園ミーティング等の紹介 4,000部</p> <p>③新聞広告 3/26道新朝刊 第1社会面</p> <p>④ラジオCM FM Air-G 3/26-29 27本</p>	<p>①イメージアップポスター「子どもって、楽しくさせる天才だ。」の制作</p> <p>②チカホ壁面広告の掲出 12/20-12/26</p> <p>③地下鉄まど上広告掲出 10/11-10/17 440枚掲示</p> <p>④シネアドの実施 (SC) 12/24-12/30、1/7-1/13 (UC) 12/2-1/6 合計477本、動員数69,000人</p> <p>⑤Web広告の実施（10/15-2/13） Line Google Yahoo! YouTube</p>	<p>過去実施事業の継続（主に仕様書4(3)、(4)関係）</p> <p>①Web広告の実施 Line、Google、Yahoo!、YouTube、TikTok（R4新規）の広告を実施すること。新規事業に関連したバナー、動画等を制作するほか、令和3年度の広告用バナー等も活用する。</p> <p>②チカホ壁面広告、地下鉄まど上広告、シネアドは、全体のバランスを考慮し、実施を検討する。</p>
保育士イメージ調査	<p>高校生250人、子どもを持つ保護者150人、一般市民150人</p>	<p>高校生250人、中高生の子どもの持つ保護者150人、一般市民150人</p>	<p>高校生400人、子どもを持つ保護者300人、一般市民300人</p>	<p>従前と同規模で実施</p>