

令和8年度IPコンテンツを活用した子育て支援情報WEB広報委託業務 仕様書

1 委託業務名

令和8年度IPコンテンツを活用した子育て支援情報WEB広報委託業務

2 目的

大分県では、出会いから結婚・妊娠・出産・育児まで切れ目のない子育て支援に取り組み、それらの取組を大分県子育て支援ポータルサイト「子育てのタネ」（以下、「県ポータルサイト「子育てのタネ」」という。）により発信しているところだが、子育て支援情報の認知度の低さが課題となっている。

子育て家庭が安心して子育てができる環境の実現には、子育て支援情報を各家庭にきめ細やかに届けることに加え、家庭だけでなく地域や社会全体で子育てを応援する県民意識の醸成が不可欠である。

本業務は大分県が妊娠・出産・育児まで切れ目のない子育て支援に取り組んでいることを、株式会社サンリオ（以下、「サンリオ」という。）のIPコンテンツである「ハローキティ」等を効果的に活用して発信し、大分県で子どもを産み、育てることに対するイメージの向上及び各事業の認知度向上を図ることにより各種子育て支援サービスの利用につなげることを目的とし、あわせて、地域全体で子育て家庭を応援する機運の醸成につなげるものである。

3 契約期間

契約締結日から令和9年2月26日まで

4 業務内容

以下により、デジタルマーケティングの手法を主としたプロモーションを実施する。

（1）本業務のターゲット等の設定、見直しの提案

（ターゲットの考え方（大分県初期仮説））

・本業務におけるターゲットの考え方は下記表に示すとおりとする。

<優先順位1_未就学児の保護者>

地 域	大分県内を中心とするが、県外在住者のうち大分県関連情報の検索者も一部対象とする。
年代・性別	20～30歳代を中心とするが、未就学児の保護者であることを重視する。なお、母親と父親の比率は6：4程度とする。
興味・関心	こどもの遊び場、公園、児童館、イベント、保育、病児保育、産後ケア
ターゲットに起こすべき行動変容	広告を見て「子育てのタネ」を知る、スポット・支援情報ページを閲覧する、再訪問する。

<優先順位 2_父親等など男性の保護者>

地 域	大分県内
年代・性別	20～50歳代を中心とする男性
興味・関心	こどもとの外出、各種費用、利用方法、時間短縮、仕事との両立
ターゲットに 起こすべき行 動変容	広告を短時間で理解する、サイトを訪問する、家族と情報共有する、制度利用に参加する。

<優先順位 3_妊娠中・出産直後の保護者>

地 域	大分県内
年代・性別	20～30歳代を中心とするが、妊娠・出産段階の保護者であることを重視する。なお、母親と父親の比率は7：3程度とする。
興味・関心	妊娠・出産、産後ケア、相談窓口、助成制度、児童手当、医療
ターゲットに 起こすべき行 動変容	必要な制度・相談先を確認する、関連ページを複数閲覧する、保存・共有する。

(ターゲット見直しの提案)

- ・ターゲットに対して広告を配信した結果、想定とは異なるエリア、年齢等をターゲットとすることが本業務の目的を達成するためにより効果的であると判断できるデータの蓄積があった場合は、その根拠とともに県に対して助言及び提案を行い、ターゲットの見直しについて協議するものとする。

(2) 目標の設定

- ア 本業務の目的を達成するうえで、目標項目と目標値を具体的に設定し、その内容を企画提案書に記載すること。
- イ 設定した目標値を達成した場合においても、事業効果の最大化を目指して業務を継続し、効果的な運用に努めること。

(3) 受託者による広告運用計画の作成

次に掲げる事項を盛り込んだ「広告運用計画」を作成し、契約締結後速やかに県に提出し、説明のうえ、承認を得ること。なお、後述(4)のとおり、サンリオの監修期間(5～10営業日)を考慮した広告運用計画を作成すること。

【広告運用計画に盛り込むべき事項】

- ア 本業務を通じたカスタマージャーニー
本業務におけるターゲットを元に本業務を通じたカスタマージャーニーを設定する。
- イ 事業期間を通じた広告の運用方針
カスタマージャーニーに基づき、以下を設定する。

- (ア) 広告手法（デジタル広告等）
- (イ) 掲出プラットフォーム（Google、Instagram 等）
- (ウ) 各広告（ディスプレイ広告、検索連動型広告、動画広告等）
- (エ) 各広告（上記（ウ））の経費配分バランスの方針
- (オ) 各広告（上記（ウ））の具体的な運用方法
- (カ) 運用スケジュール（後述（５）参照）

ウ 情報発信コンテンツ（広告クリエイティブ）の作成方針（後述（４）参照）

エ 広告効果の検証及び運用の見直し方法

オ 目標設定（前述（２）参照）

カ その他必要な事項

（４）情報発信コンテンツ（広告クリエイティブ）の制作と広告の運用管理

ア SNS 広告、Web 広告

SNS 広告や Web 広告を実施すること。

（ア）制作内容等

- a. ターゲットに対して、起こしてもらいたい行動変容を促す広告クリエイティブを制作すること。なお、本業務における仕様は静止画クリエイティブとする。
- b. 広告の配信結果等からターゲットのニーズ等についての検証を行うことを考慮し、その検証に必要となる形で広告クリエイティブを複数制作すること。
- c. 広告用バナー画像については、県が提供するサンリオの IP コンテンツを活用したデザインで、ディスプレイ広告に最適なものを作成すること。また、作成にあたってはサンリオの監修が必要となることから、県が定める手続き及び別に定める「サンリオキャラクターを使用した制作物等に関する注意事項」を遵守すること。
- d. パソコン、スマートフォン、タブレットで閲覧されることを念頭に制作すること。

（イ）運用管理

a. 広告出稿エリア

大分県内とする。

b. 広告の種類等

前述 4（１）記載のターゲット設定に基づき最も効果のあるものを提案すること。

例として以下記載する。

- (a) Instagram 広告（SNS 広告）
- (b) LINE 広告（SNS 広告）
- (c) Google ディスプレイ広告（Web 広告）
- (d) Yahoo ディスプレイ広告（Web 広告）

c. 掲載期間

令和 8 年 1 2 月 1 日から令和 9 年 2 月 2 8 日までの期間の内、2 ヶ月以上掲載

- d. 制作する広告クリエイティブを用いて、広告運用計画に基づいて、事業効果の最大化を図るよう、広告を実施すること。

イ その他広告

上記 ア を実施した上で、その他の方法により、事業費の範囲内において、広告を効果的に実施することができる場合は、企画提案書に記載し、提案すること。

(5) 広告の運用管理

- ・業務(4)で制作する広告クリエイティブを用いて、広告運用計画に基づき事業効果の最大化を図るよう、県ポータルサイト「子育てのタネ」への流入に向けた行動変容を促す広告を実施すること。
- ・広告は、デジタル広告の各手法を用いて、ターゲット層やターゲット層の心理や行動にあわせて情報発信を行うこと。手法やその組み合わせ方法等は提案すること。

(6) 効果測定、改善

- ・本業務により配信する広告のインプレッション数、クリック数、クリック率、クリック後の行動等を閲覧者の属性(地域、性別、年代や興味関心等)ごとに適宜分析しながら、検索広告、ディスプレイ広告におけるキーワード等設定の見直しについて、県に協議すること。特に、計測開始から2週間経過後、初動の結果報告や今後の対策についての説明を会議等により行うこと。
- ・広告の運用状況及びそれに基づく分析結果、運用の見直し方法及び結果等について、広告の配信開始後、1月に1回以上月次報告書としてとりまとめを行い、県に報告すること。
- ・報告の際、必要に応じて運用の見直し等についての提案を行うこと。なお、提案は理解しやすいものを必須とし、理解が難しいものは再提出を指示する。

(7) 広告費用について

- ・透明性確保、費用対効果の明確化のため、広告費用のうち、広告媒体原価と管理運用費は分けて見積もること。
- ・情報発信コンテンツ制作、広告費用(広告媒体原価+管理運用費)、効果検証の予算配分は、3:6:1の割合(通称サーロインの法則)を目安とすること。予算配分の考え方については、提案書に記載すること。

(8) その他

別紙「デジタルプロモーション実施時における留意事項」に従うこと。

5 成果物及び提出物

(1) 広告クリエイティブ

- ・本業務により制作した広告クリエイティブは、制作完了後、データにて納品すること。なお、本業務により制作した画像の著作権の取扱いは、次のとおりとする。
- ・受託者は、成果物に付与される著作権法(昭和45年法律第48号)第21条から第28条に規定する権利を、第13条第2項の規定による引渡しと同時に甲に無償で譲渡するものとする。
- ・大分県は、著作権法第20条第2項第3号又は第4号に該当しない場合においても、その使用のために、受託者の同意無しに仕様書で指定する成果物を改変し、任意に公表できるものとする。
- ・受託者は、大分県の書面による事前の同意を得なければ、著作権法第18条及び第19条の規定を行使することができない。

(2) 報告書

- ・ 広告配信の完了後、以下の内容を含んだ報告書を提出すること。

ア 本業務にかかる効果検証分析レポート

イ 本業務の分析結果により、来年度以降のターゲティング案とプロモーション戦略について、改善案と示唆

6 支払方法

委託業務完了後に受託者からの請求に基づいて行う。

7 その他業務実施上の条件

- (1) 受託者は、関係法令を遵守すること。本件に使用する映像、イラスト、写真、その他資料等について、第三者が権利を有するものを使用する場合、第三者との間で発生した著作権その他知的財産権に関する手続や使用権料等の負担と責任は、全て受託者が負うこと。
- (2) 受託者決定から契約締結の間に県と契約内容を詳細に協議すること。
- (3) 本業務において制作するイラスト、写真データ等について、著作権、その他一切の権利は大分県に帰属することとする。
- (4) 受託者は、本業務を行うにあたり、業務上知り得た秘密を他に漏らし、または自己の利益のために利用することはできない。また、委託業務終了後も同様とする。
- (5) 本業務の遂行にあたり、疑義が生じた場合は、県と十分協議すること。

I 本業務に伴い開設するランディングページ等のウェブサイトに関する事項

1 Google Analytics のアカウント管理に関する業務

- (1) 本業務に伴い開設するランディングページ等のウェブサイト（以下、「本業務関連ウェブサイト」という。）には、「本業務用 Google Analytics（Google Analytics 4 プロパティとする。）」、「Google Search Console」の導入を必須とする。
- (2) 「本業務用 Google Analytics」上で、本施策における目標・イベント設定等を行うこと。また、最終レポートには、結果の分析・改善策を必ず記載すること。
- (3) Google Analytics 等、各種アカウントの作成時には、内容について大分県の承認を得ること。また、本業務において作成したアカウントについては、事業完了後に一切の権利を大分県に譲渡すること。
- (4) プライバシー保護への配慮の観点から、本業務関連ウェブサイトには、取得するユーザーデータ等に適したプライバシーポリシーを作成し、公開すること。

2 大分県 Google タグマネージャーによるタグ活用・コンテナ管理に関する業務

- (1) 本業務関連ウェブサイトには、各種計測タグ、リマーケティングなどの施策に関わるタグを導入する際は、大分県が別途指定する「大分県 Google タグマネージャー」を活用し、本業務用のコンテナ内でその管理を行うこと。
- (2) 受託者は、施策におけるタグ活用が確実に行われるよう、「大分県 Google タグマネージャー」でのタグ、トリガーアクションの設定及びタグの発火テストを実施し、その内容を大分県に報告すること。
- (3) 各種設定には、内容について大分県の承認を得ること。また、「大分県 Google タグマネージャー」での設定については、事業完了後に一切の権利を大分県に譲渡すること。

II ウェブ広告の実施に関する事項

1 適正なデジタルプロモーションの実施

- (1) 「本業務用 Google Analytics」で施策効果を取得するため、大分県が別途指定するルールに基づき、各広告媒体タグのパラメータを設定及びデータの蓄積を行うこと。
- (2) 本業務に関連するウェブサイトには、同ウェブサイト内に大分県が指定するリマーケティングタグを設定し、訪問者データを蓄積すること。なお、タグの設定は、原則として「大分県 Google タグマネージャー」のコンテナ内で行うこと。
- (3) 広告運用開始後一週間以内に、本業務において取得すべきデータが取得できていることを確認し、大分県へ報告すること。

2 Google 広告を利用する場合

- (1) 大分県公式の MCC（マイクロライアントセンター）及び「本業務用 Google Analytics」とリン

クすること。

- (2) 大分県が今後もデジタルプロモーションを行うことを鑑み、Google 広告アカウント及び「本業務用 Google Analytics」それぞれで、効果的と考えられるオーディエンスリストを設定し、大分県公式の MCC と共有すること。
- (3) Google が提供する無料調査（「ブランドリフト効果測定」等）が利用できる場合には、大分県とその調査項目等を協議の上、必要に応じて調査を実施すること。

3 SNS広告を利用する場合（Facebook、Instagram、Twitter、TikTok、LINE 等）

- (1) 大分県公式 SNS のビジネスマネージャーや大分県が別途指定する SNS ページに広告アカウントをリンクすること。または、SNS 広告の運用状況の確認が出来るよう、大分県に対してアナリストの権限を付与すること。
- (2) 大分県が今後もデジタルプロモーションを行うことを鑑み、リマーケティングリストやオーディエンスリストの作成が可能である場合には、その設定を行い、大分県公式 SNS のビジネスマネージャーへの共有やアカウント引継ぎなど、事業終了後において大分県が活用可能な状態とすること。
- (3) 効果測定において、SNS プラットフォーム（Facebook、Instagram、Twitter 等）が提供する無料調査（「ブランドリフト効果測定」等）が利用できる場合には、大分県とその調査項目等を協議の上、必要に応じて調査を実施すること。

4 動画制作・動画広告を実施する場合（Youtube 等）

- (1) 動画視聴に関するデータや効果的な広告手法を検討するため、Google 広告を利用する場合は、YouTube チャンネルと Google 広告アカウントをリンクさせること。
- (2) 大分県が今後もデジタルプロモーションを行うことを鑑み、動画視聴者のアクセス情報（動画視聴者リマーケティングリスト等）を蓄積すること。
- (3) YouTube を利用する場合、YouTube チャンネルへの掲載にあたっては、動画タイトル、動画説明文、タグ、カテゴリ、公開範囲及びサムネイル等の必要な設定を行うとともに、効果的な SEO 対策を行うこと。
- (4) 無料調査（「ブランドリフト効果測定」等）が利用できる場合には、大分県とその調査項目等を協議の上、必要に応じて調査を実施すること。

5 その他

- (1) 広告運用に利用する各媒体の規約、プライバシーポリシーを遵守すること。
- (2) 事業実施により取得したデータと受託者が保有する情報を結びつけて、個人情報（個人データ）とならないように留意すること。