

令和7年度子育て推進にかかる広報委託業務仕様書

1. 委託業務名

令和7年度子育て推進にかかる広報委託業務

2. 目的

県内の子育て世代（特に男性）に育児への興味・関心を強めてもらうことで、子育ての機運のさらなる醸成を図ることを目的とする。

3. 概要

本仕様書は、大分県における子育て支援情報等にかかる広報について、効果的なプロモーションを展開するために必要な委託業務の内容について定めるものである。

4. 契約期間

契約締結の日から令和8年3月31日まで

5. 委託業務内容

以下により、デジタルマーケティングの手法による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。

地 域	大分県内全域
性 別	男性
年 代	子育て世代（20代から40代）
想定される ターゲットの 潜在意識	・子育ては女性に頑張ってもらい、自身はその分仕事を頑張っている。 ・自身では一定の子育てをしているつもりである。 （女性の考える「子育て」との認識の違いに気付いていない。）

（ターゲットに起こしてもらいたい行動変容）

- ・本業務において、ターゲットに起こしてもらいたい行動変容は下記表に示すとおりとする。

行動変容	・大分県子育て支援ポータルサイト「子育てのタネ」に興味を持ってもらい、そこに掲載されている情報の閲覧をきっかけとして見えづらい子育ての大変さ・楽しさなどに気づき、自ら関心をもって積極的に子育てに取り組むようになる。
------	---

（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、想定とは異なる地域、性別、年代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

- ・本業務の目標項目、目標値は以下のとおりであるが、本業務の目的を達成するうえで、より最適な目標項目等があれば提案すること。

(目標項目等)

目標項目	大分県子育て支援ポータルサイト「子育てのタネ」におけるページビュー数
目標値	15,000PV／広告配信期間における1ヶ月あたりの平均

- ・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、説明の上、承認を得ること。

【広告運用計画に盛り込むべき事項】

(ア) 事業期間を通じた広告の運用方針

- A) 掲出プラットフォーム (YouTube、Google、Instagram 等)
- B) 各広告 (ディスプレイ広告、検索連動型広告、動画広告等)
- C) 各広告 (上記 B) の経費配分バランスの方針
- D) 各広告 (上記 B) の具体的な運用方法
- E) 運用・配信スケジュール (後述 (5) (6) 参照)

(イ) 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)

(ウ) 広告効果の検証及び運用の見直し方法

(エ) 目標設定 (前述 (2) 参照)

(オ) 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

- ・ターゲットに対して前述した行動変容を促す広告クリエイティブを制作すること。
- ・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。
- ・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。

(5) 広告の運用管理

- ・広告運用計画に基づき事業効果の最大化を図るよう、上記 (4) で制作する広告クリエイティブを用いて「子育てのタネ」へのアクセスを促す広告を実施すること。
- ・誘導先 (ランディングページ) については、以下のウェブサイト想定するが、事業目的の達成に向けて、別にランディングページを用意することが効果的な場合は、それを提案すること。

【県子育て支援ポータル「子育てのタネ」】 <https://kosodatenotane.jp/>

【パパの子育て応援ページ (子育てのタネ内ページ)】 <https://kosodatenotane.jp/father/>

- ・広告は、デジタル広告の各手法 (Instagram、Google、YouTube 等) を活用し、ターゲット層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) 広告の発信期間及び時期

- ・通算3ヶ月間とし、以下の期間における配信を想定しているが、より効果的な回数、時期がある場合は提案すること。なお、配信結果の検証を行い、次回配信に改善を反映させることで事業効果をより高められるよう、広告期間を分割する想定としている。

令和7年9月頃：別途県が実施する子育てのタネにおける「パパの子育て応援ページ」のコンテンツ追加開始予定時期

令和7年11月頃：国の定める秋のこどもまんなか月間及び別途県の実施する子育て応援イベントの開催予定時期

令和8年2月頃：別途県が実施する子育てのタネにおける「パパの子育て応援ページ」のコンテンツ追加完了予定時期

(7) 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、年代等）ごとに分析しながら、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、必要に応じ県に協議すること。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、各配信月における広告完了後、1か月以内に報告書としてとりまとめ、県に報告すること。
- ・各月の配信の効果測定結果をもとに、次回配信に向けた改善提案を行うこと。
- ・クリエイティブの更新・改善について
 - (ア) 初月は3種類以上の訴求イメージの異なるクリエイティブを作成し、比較を行うこと。
 - (イ) 配信2か月目は、初月で効果が高かったクリエイティブをもとに、3種類以上の派生したクリエイティブを作成すること。
 - (ウ) 配信3か月目以降を実施する場合は上記（イ）と同様の手順を行い、前回配信時の効果に基づき改善を行うこと。
- ・別途、本事業において県が計測するべきだと考えられるウェブサイト上のアクションは、県の依頼に応じて設定・計測し、レポートにて報告すること。（参照：デジタルプロモーション実施時における留意事項）
- ・上記の設定の際は、県がウェブサイト管理業務を委託している事業者と協力し、設定・計測を行うこと。
- ・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。

(8) 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。

(9) 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。

6. 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

7. 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。

8. その他

- (1) 事業の実施に当たっては、県と十分に協議のうえ実施するものとする。
- (2) 受託者は、関係法令を遵守すること。本業務に使用する映像、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。
- (3) 本業務の履行により知り得た秘密（個人情報等）について、漏えい等の防止及び情報の適正な管理のために必要な措置を講じるとともに、本事業の目的以外に使用し、又は第三者に提供してはならない。なお、委託業務終了後も同様とする。
- (4) 当該業務の実施において不測の事態が生じた場合は、県に責任がある場合を除き、受託者の責任においてこれを解決すること。
- (5) 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。
- (6) 成果品（業務の履行過程において得られた記録等を含む）を第三者に閲覧させ、複製させ、又は譲渡してはならない。ただし、県の承諾を得た場合はこの限りではない。
- (7) この仕様書に定めのない事項又は仕様について疑義が生じた場合は、両者協議により業務を進めるものとする。

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 (マイクク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。