

令和7年度SNS等を活用したプッシュ型アプローチ事業 (困難な問題を抱える女性支援) 業務委託 仕様書

1 業務名

令和7年度SNS等を活用したプッシュ型アプローチ事業（困難な問題を抱える女性支援）業務委託

2 業務概要

生活困窮、性暴力・性被害、DV被害、家庭内不和などの問題に悩んでいる女性（以下「困難な問題を抱える女性」という。）に対し、SNS等を活用したアプローチにより、生活困窮、性暴力・性被害、DV被害、家庭内不和などの問題（以下「困難な問題」という。）に悩んでいるという気づきを促すとともに、岡山県が指定するWebサイト（困難な問題を抱える女性支援機関等の関連情報掲載サイト）へ誘導するための、ランディングページ（以下「LP」という。）を作成するとともに、SNS等を活用したWeb上の広告掲載の実施及び広告配信におけるバナー等の制作を行う。

3 業務期間

契約締結日から令和8年2月28日まで

4 契約限度額

2,191千円（消費税額及び地方消費税の額を含む。）

5 業務内容

以下の業務を行うこと。

なお、広告の効果を高めるため、記載されている仕様以上の取組を行うことについては、独自提案として可とする。

(1) LP制作・運用業務

困難な問題を抱える女性を早く支援機関につなげることを目的に、困難な問題を抱える女性に自身が困難な問題に悩んでいると気づいてもらうためのセルフチェック及び相談窓口等、困難な問題を抱える女性の支援に係る情報を掲載しているサイトに誘導するためのLPを制作し、運用すること。

① 基本的な業務内容

- ア. (2)で実施するインターネット広告から誘導するLPを制作する。（業務期間中の運用・保守を含む。）
- イ. 困難な問題に係る相談窓口の連絡先等、困難な問題を抱える女性支援に係る情報を含んだ「困難な問題セルフチェック」用のLPを制作すること。（女性相談支援センター共通短縮ダイヤル#8778（はなそう なやみ）は必ず入れること。）
- ウ. 制作に当たっては、困難な問題を抱える女性の特性を踏まえた内容とし、困難な問題を抱える女性に関心を持つ工夫をすること。
- エ. LPはスマートフォン、PC及びタブレットでの表示に適した形式とすること。
- オ. 一般的なブラウザで支障なく閲覧可能なものとする。
- カ. ページアクセスの傾向や分析ができる仕組みにすること。
- キ. 掲載情報については、厳密に確認及び校正を行い、万一誤りがあった場合は、受託者の責任において訂正すること。
- ク. 次年度以降も継続的に使用できるデザイン又は仕組みとすること。

② LPの運用

LP運用に当たっては、以下の点を遵守すること。

- ア. 不具合が生じた場合を想定し、県と受託者の連絡体制を構築し、すみやかにトラブルの原因を解消すること。
- イ. 本業務で制作したLPは、他事業者でも運営保守が行えるようにすること。
- ウ. SSL (Secure Sockets Layer) を適用した通信の仕様とすること。

③ LPに関するデータの収集・分析

LPに関する各種データを収集し、分析すること。なお、データ収集に当たっては、LPの閲覧者の属性（性別、年代等）やページのアクセス数、滞在時間等の閲覧状況、その他必要と思われるデータなど、利用者の分析に必要なデータを収集すること。

(2) 運用型広告の実施

契約締結日から翌年1月末までの間で、広告配信スケジュールを設定のうえ、困難な問題を抱える女性のセルフチェックができるWebサイトを①に掲げた条件で、広告配信すること。

なお、媒体の掲載場所ごとに必要なサイズのバナーを制作すること。

また、広告媒体のデザインは変更できる仕様とすること。

広告配信費は、予算のうち半額以上（消費税額及び地方消費税の額を含む。）を充てること。なお、採用する媒体については、ユーザーの動きを加味したうえで、広告に触れることで、自分は困難な問題を抱える女性だと疑い、困難な問題に悩んでいると認識し始めるようなユーザーが、セルフチェックを実施するような流れを作り上げること。

① 広告の媒体実費目安、目標配信回数

上記の条件に合うメディアプラン（SNS広告、リスティング広告等）をくみ上げ、適正な想定数値を提案すること。またその際に、今回のプロモーションにおける目標値を設定すること。

※目標配信回数は、広告のクリック数とする。

※媒体実費に対する広告の表示回数、クリック数、クリック率・クリック単価など適切なKPIを提案し、県と協議のうえ設定すること。

※表示広告の媒体実費に到達する前に、目標視聴回数を達成した場合であっても、表示広告の配信を継続すること。

② 表示広告の配信設定

まず、3週間程度を効果検証期間として広告を実施し広告結果の分析を行い、その結果を踏まえて広告媒体の変更や広告の時間帯等の改善点の提案を行うこと。

なお、配信期間は効果検証期間を含め、3回に分けて配信すること。

③ 広告対象

ア. 広告のターゲット層

動画配信エリア：岡山県内

主な対象年齢：18～59歳

対象性別：女性

イ. 広報テーマ

「困難な問題を抱える女性」に自身が困難な問題を抱える女性であると気づいてもらうとともに、困難な問題に関する正しい知識と相談窓口等の支援機関の周知を目的とした広報を行う。

ウ. ペルソナ

ア. 広告のターゲット層及びイ. 広報テーマを考慮し、ペルソナを設定するため、事業者においてはバナーを作成し、効果検証を行うこと。

④ アカウント等

広告にあたっては、岡山県公聴広報課が管理するアカウントで利用できるものもあるが、他にアカウントが必要な場合には、受託者が作成するものとする。

⑤ 実施状況の報告

表示広告の配信実施期間において、10日に1回を目安に、広告実施状況を県へ報告すること。

また、効果検証期間や、目標視聴回数の達成が困難と見込まれる場合は、改善策を県と協議して実施すること。

⑥ 効果測定

事業効果を把握するために必要な効果検証方法を検討の上、概要や考え方を踏まえて提案すること。
本業務について、広告の表示回数、LP誘導数、閲覧者の属性（年代等）を分析し、状況に応じて広告媒体の変更や絞り込み、広告の時間帯等、改善策を県と協議の上、配信中の広告に反映すること。

6 成果品の納品等

- (1) 最終的な実施状況の報告については、広告期間終了から1カ月以内に報告すること。なお、報告書には、次の内容を含むものとする。
 - ① 事業概要
 - ② 事業内容及び成果
効果測定結果（詳細レポート及びレポート概要）や改善点等、総評となる内容を記載すること。
 - ③ その他、必要と認める事項
※書類及び電子データは編集可能な形式とすること。
- (2) 委託事業に係る会計関係帳簿等を整備し、委託業務完了後5年間保存すること。

7 精 算

- (1) 本業務は、契約時に定めた契約金額を上限としてその範囲内で実施するものとする。
- (2) 見積書の作成に当たっては、広告媒体原価と管理運用費は分けて見積もること。

8 著作権等

- (1) 受託者が本業務で制作した制作物の著作権及び使用権は、原則として、岡山県に帰属するものとする。
- (2) 著作権・肖像権等に関して、権利者の許諾が必要な場合は、受託者は必要な権利処理を行うものとする。
- (3) 作成したアカウント及びそれらに掲載されているコンテンツは、期間満了後は、県又は県の委託業者が管理運営する場合を鑑み、岡山県に引き継ぐこととする。アカウント情報などは、県の求めに応じて提供すること。

9 履行場所

受託者事業所内、その他県が指定する場所

10 秘密保持

受託者は、本業務で知り得た県及び事業者等の業務上の秘密を保持しなければならない。

11 その他

- (1) 本業務の成果は岡山県に帰属する。
- (2) 岡山県は、受託者に対し、必要に応じ業務の状況について報告を求めることができるものとする。
- (3) 提案に当たっては、実現可能性のある提案とすること。ただし、必ずしも提案の内容を実施するとは限らない。実施に当たっては、県と協議を行い、決定していくものとする。
- (4) 受託者は業務を実施するに当たり、事業を一括して第三者に委託することはできない。ただし、事業を効率的に行ううえで必要と認めるときは、あらかじめ岡山県の承諾を得たうえで、その一部を再委託することができるものとする。また、受託者が他団体と連携して業務を実施する場合は、あらかじめ役割分担等を記載した資料を作成し、岡山県と協議するものとする。
- (5) 岡山県が今後中期的なデジタルプロモーションを行うことを念頭に、広告閲覧者のアクセス情報を蓄積する（リマーケティングリスト作成等）こと。
- (6) 本仕様書に明記されていない事項又は業務上疑義が生じた場合は、岡山県との協議により進めるものとする。
- (7) 広告実施にあたっては別紙留意事項の記載内容を遵守すること。

(別紙1)

デジタルプロモーション実施時における留意事項

岡山県地域福祉課

岡山県と受託者で協議の上、以下の業務を行うこと。

1 Google Analytics のアカウント管理に関する業務

- (1) 本業務用に導入した Google Analytics 又は各事業担当課で導入している Google Analytics (以下「本業務用 Google Analytics」という。) 上で、本事業における目標設定を行うこと。また、最終レポートにてその結果について、要因・改善策を必ず記載すること。
- (2) 各種アカウント作成時には、内容について岡山県の承認を得ること。また、本事業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岡山県に譲渡すること。

2 岡山県 Google タグマネージャーの管理に関する業務

- (1) 本事業に関連するウェブサイト、各種計測タグ、リターゲティングなどの施策に関わるタグを導入する際は、岡山県が別途指定する「岡山県 Google タグマネージャー」を活用し、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、「岡山県 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、その内容を岡山県に報告すること。
- (3) 各種設定には、内容について岡山県の承認を得ること。また、「岡山県 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岡山県に譲渡すること。

3 適正なデジタルプロモーションの実施

- (1) 透明性確保、費用対効果の明確化のため、広告媒体原価と管理運用費は分けて見積もること。
- (2) 「本業務用 Google Analytics」で事業効果を取得するため、岡山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。
- (3) 本事業に関連するウェブサイトには、同ウェブサイト内に岡山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「岡山県 Google タグマネージャー」のコンテナ内で行うこと。

4 Google 広告を利用する場合

- (1) Google 広告運用を行う際は、岡山県公式の MCC (マイ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) 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リマーケティングリストを設定し、岡山県公式の 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、岡山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 SNS 広告を利用する場合

- (1) 岡山県公式 SNS のビジネスマネージャーや岡山県が別途指定する SNS ページに広告アカウントをリンクすること。
- (2) SNS 広告を展開する場合は、岡山県に対してアナリストの権限を付与すること。
- (3) ウェブサイト訪問者に対する SNS のリマーケティングの設定を行うこと。

6 動画制作・動画広告を実施する場合

- (1) 岡山県が今後もデジタルプロモーションを行うことを考慮し、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
- (2) YouTube を利用する場合は、作成した動画は岡山県が運営する YouTube チャンネルへ掲載を行うこと。
なお、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。
- (3) 動画視聴に関するデータを分析するため、又は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。