

令和8年度SNS及びデジタル広告等を用いた戦略的公務情報・魅力発信委託業務 に関する仕様書

1 委託業務名

令和8年度SNS及びデジタル広告等を用いた戦略的公務情報・魅力発信委託業務

2 目的

県人事委員会事務局の公式SNS（Instagram、Facebook YouTube）は独自で運用しているところ、フォロワー以外の潜在層に情報が届いていない、投稿本数が少なく顕在層にも十分な訴求ができていない等の課題がある。

大分県職員採用試験の受験者数や採用説明会等のイベント参加者数の向上につなげるため、各種SNSやデジタル広告等を用い、採用試験や説明会等の公務情報、公務のやりがいや県事業の魅力等を県内外の潜在層及び顕在層に戦略的に発信する。

3 委託期間

契約締結の日から令和9年3月31日まで

4 本業務のターゲット

(1) 本業務のターゲット等の設定、見直しの提案

・本業務における情報発信項目やターゲットの考え方は、以下に示すとおりとする。

(情報発信項目の設定)

- ① 試験関係（デジタル広告は、上級試験（先行実施枠・社会人経験者）のみ）
 - ② 説明会関係（ジョブセミナー（12月頃）、ジョブトーク（2月頃）、採用説明会（3月））
 - ③ 県庁の魅力（県庁ならではのプロジェクト、職員の日常、職種紹介、福利厚生等）
- ※①及び②については、別添の参考資料によりスケジュール感等を参照すること。

(ターゲットの考え方（大分県初期仮説）)

・上記、情報発信項目ごと（①～③）のターゲットの考え方は、以下に示すとおりとする。

地域	① 九州、四国、中国、関西、関東の学生及び社会人（特に20後半～40代） ② 大分県内の高校生・大学生、県外に進学した大学生（県内外の社会人） ③ 大分県内の高校生・大学生、県内外に進学・就職した大学生や社会人 ※県外：九州・四国（全域）、中国（岡山・広島）、関西（大阪・京都・兵庫）、関東（東京・神奈川・埼玉・千葉）等を想定
性別	男女問わず
年代	① 新卒・第二新卒の学生、20代後半～40代の社会人 ② メイン：県内の高校生、県内外の大学生 サブ：社会人 ③ メイン：県内の高校生、県内外の大学生、社会人、サブ：県庁若手職員 ※①～③共通で、学生等の親世代も対象となる。
ペルソナ	・卒業後は大分県で就職したいと考えている。

	<ul style="list-style-type: none"> ・民間企業か公務員で迷っている。 ・県内で働くことができる公務員であっても、国や市町村と迷っている。 ・大分県出身ではないが、やりたい事ができれば場所は選ばない。 ・地方に移住したいが、魅力的な仕事がない。 ・親や学校の先生から公務員を薦められている。 ・SNSで企業情報の収集をしているが公務の魅力が伝わらない。 ・公務の安定は魅力だが、大きなプロジェクトにも関わりたい。 ・県庁に就職したが、大きなプロジェクトのできる民間に転職したい。 ・子どもには地元で安定した公務に就職して欲しい。
興味・関心	<ul style="list-style-type: none"> ・住み慣れた地元のために働きたい（地域貢献・観光など）。 ・ワーク・ライフ・バランスを大切にしている（安定・福利厚生など）。 ・今後のキャリア形成について考えている（やりがい・働き方など）。

・ペルソナ設定と配信ターゲットの結びつきに関しては、別団体との話し合いのもと決定するため、その調整も行うこと。

（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以下に示すとおりとする。
- ・ステップ3を最終的な目的とするが、ステップ1及び2についても、SNS閲覧数やフォロワー数、ページ流入数等の動きについて管理の上、適宜報告すること。

行動変容	<p>ステップ1：大分県庁への就職に興味・関心を持ってもらい、大分県職員採用ポータルや各種県公式SNSを閲覧してもらおう。</p> <p>ステップ2：SNSをフォローしてもらい、潜在層（公務に興味・関心がない）から顕在層（県庁職員になりたい）へとステップアップしてもらおう。</p> <p>ステップ3：ステップ1から流入し、受験申込（エントリー）や参加申込（説明会等）をしてもらおう。</p>
------	--

（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）指標設定

- ・本業務の目的を達成する上で、それぞれの施策の適否を判断する基準となる指標とその指標を観測していくための方法（計測手法等）を具体的に設定し、その内容を提案書に記載すること。
- ・事業効果の最大化を目指して、上記で設定した指標の結果を踏まえ、効果的な運用に努めること。

5 業務概要

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) 公式SNS企画・運用

- ・主に、公式 Instagram を使用したリール・ストーリーズ・フィード投稿、Facebook、YouTube への動画投稿や、視聴回数等の分析を踏まえた効果的な配信を行うための各種 SNS の企画及び運用を実施すること。

(2) SNS 及び大分県職員採用ポータル掲載用動画の制作（撮影・編集）

- ・県庁で働く職員を職種別に取材し、本県ならではのプロジェクトや職員の 1 日のスケジュール等の動画内容等（静止画を含む）を企画すること。
- ・特に、本県ならではのプロジェクトは、「人、プロジェクト（事業内容）、県庁でしかできない魅力」が伝わる内容とすること。
- ・動画内容については、その都度県と協議の上決定すること。

(3) 広告コンテンツの制作及び配信

- ・各種採用試験や採用説明会の実施概要等が分かる広告デザインの作成及び配信を企画すること。
- ・(2) で制作した、本県ならではのプロジェクトをターゲットとするユーザーに見てもらうための動画広告を作成・配信すること。
- ・広告は、SNS バナー広告、リスティング広告、Google ディスプレイ広告等を基本として構成すること。
- ・広告内容や配信方法については、その都度県と協議の上決定すること。

6 業務内容

(1) 公式SNS（Instagram、Facebook、YouTube）の企画・運用

① 内容

- ・公式 Instagram (@oitaken_saiyou) を使用したリール・ストーリーズ・フィード投稿をメインに、Facebook、YouTube への動画投稿を実施すること。
- ・視聴回数等の分析を踏まえ、効果的な配信を行うための SNS の企画及び運用を実施すること。
- ・Instagram は、職員に質問してみたいことや、やってほしい企画等を募る双方向型のコミュニケーションツールとしても活用することを前提に、その具体的な企画等も提案すること。
- ・フィード投稿も活用し、各採用試験や説明会情報の周知を図ること。
- ・フォロワーの増加やリーチを伸ばすための施策（広告可）を企画するとともに、実行すること。

② 仕様

- ・各 SNS の運用期間は、6 月から翌年 3 月までの 10 カ月間を原則とする。

- ・企画及び運用は、月間の投稿企画、投稿カレンダーの作成、クリエイティブ制作、キャプション作成、実投稿（ストーリーズを含む）、分析レポートの作成とする。
- ・各種SNSへの投稿は、独自運用時の投稿回数以上を実施することを原則とするが、より効果的な情報発信内容となるよう企画の上、投稿数を含め提案すること。なお、最終的には県と協議の上、投稿内容や本数を決定することとする。

(参考：R7投稿回数（投稿作業に関しては職員実施）)

Instagram	年間投稿数：70程度 リール動画 11投稿、フィード 59投稿
Facebook	上記と同程度（Instagramと同内容）
YouTube	ショート動画 11投稿（Instagramと同内容）

- ・InstagramやYouTube等への投稿においては、県職員採用ポータル（わたしが公務員になった理由@oita-recruit.com）とのデザインの統一性を崩さないこと。
- ・運用においては、本委託業務受託者だけでなく、県も管理者としての権限を有し、投稿等が可能となる仕様とすること。

(2) SNS及び大分県職員採用ポータル掲載用動画の制作（撮影・編集）

① 内容

- ・動画は本仕様書記載の「2 目的」を踏まえ、メッセージ性を意識し企画制作するものとする。
- ・制作した動画は、Instagram、Facebook、YouTubeの公式SNSや大分県職員採用ポータルを活用して発信することを前提とする。
- ・各職種のプロフェッショナルとして働く職員を取材し、本県ならではのプロジェクトの内容ややりがい、県庁で働くことの魅力等を撮影すること。
- ・また、職種別の職員の日常（1日のスケジュール等）や県の福利厚生（1時間単位での年休取得等）、オフィス改革等の紹介動画を撮影すること。
- ・リポーター等の使用は提案内容の構成や演出等により任意とする。
- ・ナレーション、テロップ等を加えて動画を制作する。
- ・取材者、取材先、取材内容は県と協議の上決定する。
- ・提案時は、動画が本ターゲットの中で幅広く視聴される工夫をし、その点を提案書に含めること。

② 仕様

- ・1本あたり再生時間が15～90秒程度の動画を最低8本以上制作・配信すること。
- ・そのうち、3本以上は「本県ならではのプロジェクト」が伝わる内容とすること。
- ・本県ならではのプロジェクト以外の制作本数内訳は、ターゲットへの訴求効果を見据え、県と受託事業者が協議の上決定する。
- ・行政のほか、獣医師・農業・畜産・林業・総合土木等の採用困難な技術職のPRに注力すること。
- ・特に、採用困難職種である獣医師のやりがい等を発信する動画は、必ず1本以上制

作すること。

③ 制作にあたって

- ・いずれの動画も、県庁で働く魅力や、具体的な事業（業務）内容、働きやすい環境等を具体的に伝えること。

（例：県のプロジェクトならではの魅力（規模の大きさややりがい）、1日のタイムスケジュールの可視化、職員に配慮した勤務制度（フレックス制度等）や福利厚生設備（オフィス改革の状況）等）

- ・SNS等に掲載する動画のタイトル・キャッチフレーズ・紹介文等は本委託業務受託者が作成すること。
- ・発信内容や方法については、その都度県と情報を共有すること。
- ・投稿の内容は、以下の点に留意すること。
 - ア 大分県職員採用ポータルへのアクセスに誘導できる内容とすること。
 - イ ターゲットごとに大分県職員に興味・関心を持てるような内容とすること。
 - ウ 大分県職員には様々な職種（事務・技術）があることを念頭に作成すること。
 - エ リール投稿用動画及びフィード投稿用画像と投稿文を合わせて作成すること。
 - オ 投稿の構成は、成果物納品後も、県職員が継続して制作・投稿ができるものとする
- ・本業務で使用する編集ソフトについては、実務的なメリット等を踏まえ、大分県との協議の上決定すること。

(3) 広告コンテンツの制作及び配信

① 受託者による広告運用計画の作成

- ・「広告運用計画」を作成し、契約締結後速やかに県に提出・説明の上、承認を得ること。

② 広告の製作

- ・県と受託者において、テーマの概要や目標設定について協議した上で、目標に応じた効果的なターゲティング、広告媒体（X、Facebook、Instagram、LINE、YouTube、GDN、YDN等）、広告費、フリークエンシーキャップ等の提案を行い、それらに適した広告を製作の上、県の承認を得ること。
- ・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。なお、広告における情報発信費については、本事業全体予算の35～45%程度を充当することを想定している。
- ・さらに、ターゲティングの提案に当たっては、Google アナリティクスから得られる情報を効果的に活用すること（例：大分県職員採用ポータルを訪問した人の年齢層、地域別にターゲティングする等）。

③ 仕様

- ・令和8年度上級試験（社会人経験者：R8.7月申込）及び令和9年度上級試験（先行実施枠：R9.3月申込）の2つの試験について、広告コンテンツ制作及び配信を行うこ

と。

- ・大分県職員採用ポータルへの流入や受験申込につなげるため、各試験広告費70万円以上で効果的な広告を提案・実施すること。
- ・6（2）で撮影した本県ならではのプロジェクト等により、県庁で働くことの魅力を伝え、ファン拡大につなげるための広告コンテンツの制作及び配信を3本程度実施すること。
- ・ファン拡大のための広告は、原則、6（2）で撮影した動画をもとに、15秒程度で作成すること。
- ・広告クリック後の流入先となるLP（ランディングページ）についても、情報発信効果を最大化するような仕様を提案すること。
- ・広告のアスペクト比については、各広報媒体の表示サイズや、県庁HPトップページのスライドショーに合わせてそれぞれリサイズすること。

④ KPI及びコンバージョンの設定と計測

- ・県、受託者で協議の上、テーマ（例）採用試験・ファン拡大等）ごとに指標（KPI及びコンバージョン）を定め、ランディングページや下層ページ等へ必要なタグの埋め込み、Googleアナリティクス上でのイベントトラッキングの設定（Googleアナリティクスの編集権限は県が付与する前提とする）等、指標の計測に係る処理・助言を行うこと。
- ・なお、コンバージョンは1テーマにつき原則1つとするが、その計測に必要なタグの埋め込みやイベントトラッキングの設定は複数ページ（ランディングページやその下層ページ等）にわたる可能性がある。

⑤ 広告の出稿及び運用

- ・「②広告の製作」に基づき広告を出稿し、出稿した広告媒体へ広告費を支払うこと。
- ・広告媒体や年齢、性別ごとの表示回数、クリック数、クリック率、表示単価、クリック単価、フリークエンシー、コンバージョン等の閲覧・行動情報をモニタリングし、広告出稿開始から概ね一週間後に閲覧情報を集計・分析した中間レポートを県に提供すること。
- ・出稿した広告に関して、運用状況を適宜確認・管理し、リーチ数やクリック率などの成果が良くない場合は、出稿期間中であっても、ターゲティングの変更などを県に提案し、変更や再出稿の作業などを行うこと。
- ・出稿に必要な広告用アカウントは、原則、受託者で用意することとする。

⑥ リターゲティングリストの作成

- ・テーマごとに、次回以降の出稿に活用できるような効果的なリターゲティングリストを県と協議の上設定し、令和9年度以降も活用できる状態にしておくこと。

⑦ 効果測定レポート

- ・広告出稿期間終了後、概ね14日以内に閲覧情報を集計・分析し、今後の改善点や総合的な評価を盛り込んだ効果測定レポートを作成し、県に提出すること。

7 提出物及び成果物

(1) 提出物

- ・契約締結後、速やかに委託業務スケジュールを提出し、承認を受けること。なお、大分県は委託者との協議により修正できるものとする。

(2) 投稿動画等

- ・本業務により制作した動画等は、制作完了後、随時データにて納品すること。なお、データにおいては編集可能なものを納品すること。
- ・本業務により制作した動画等の著作権の取扱いは、次のとおりとする。

- ① 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大分県に無償で譲渡するものとする。
- ② 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。
- ③ 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。

(3) 成果物等

- ・業務完了後、以下のものを納品すること。
 - ア 画像、動画、テキスト等の受託者が本業務実施に当たり作成した一切のデータ
※データ納品の方法は、県と受託者にて協議の上決定すること。
 - イ 効果測定レポート（上記6（3）⑦の写し）
 - ウ 業務完了通知書

8 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。

9 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) 業務の実施に当たっては、委託業務の責任者を選任するとともに、委託者と必要な協議及び打ち合わせを十分に行い、業務を進めるものとする。
- (4) 受託者は、業務の全部を一括して又は主たる部分を第三者に委任し、又は請け負わせてはならない。ただし、第三者への委任が業務の一部であり、書面により県の承認を得たときはこの限りではない。なお、「主たる部分」とは、業務における総合的企画、業務遂行管理、手法の決定、技術的判断等当該業務に係る基本的又は中心的なものに位置づけられる業務をいうものとする。

- (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) 受託者は、広告配信において、計画していた金額を下回って配信金額が確定した際には、クリエイティブの制作など、他の業務に予算を投資すること。なお、どの業務に投資するかは、最終的に県と協議の上決定することとする。
- (7) 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。
- (8) 本仕様書に定めのない事項及び本仕様書に定める内容について疑義が生じた場合は、県と受託者が協議の上決定することとする。なお、本仕様書に明示のない事項であっても、社会通念上当然に必要と思われるものについては、本業務に含まれるものとする。
- (9) 以上に定めるもののほか、本業務の遂行に当たり、疑義が生じた場合は、大分県と十分協議した上で、本業務を実施すること。