

令和8年度大分県空き家対策促進事業広報委託業務に関する仕様書

1 委託業務の名称

令和8年度大分県空き家対策促進事業広報委託業務

2 業務の背景及び目的

本県では空き家が年々増加しており、景観の悪化や、衛生・防災面での課題が顕在化している。本業務は、多様な広告媒体を活用した広報啓発を行うことで、空き家所有者や将来的に空き家を所有する可能性のある者に対して、空き家を放置することによるリスクや適正管理の重要性について理解を促すとともに、自主的な適正管理や早期の利活用につなげることを目的とする。

3 履行期間

契約締結日から令和9年3月19日まで

4 本業務のターゲット

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。

在 住 地 域	大分県内全域および福岡県全域
性 別	問わない
年 代	50代以上
想定するターゲット像	・高齢の親が実家に居住しており、自身は別の市町村に居住しているが、実家の将来についてはまだ何も考えていない ・現在は親が健在だが、施設入居や入院後の実家の管理が気になっている ・最近空き家状態の実家を相続したが、今後のことはまだ考えていない ・誰も住んでいない実家の管理のため定期的に帰省している ・空き家である実家の固定資産税や光熱費等の負担が大きい ・売れるわけがないと実家の売却を諦めている ・実家を売却・処分したいが、どこに相談してよいかわからない ・兄弟姉妹で実家を残すか売るか意見が揃わず、状況が変わらない ・福岡県に居住しているが、大分県内に空き家を所有している
期待する行動変容	・県の空き家相談窓口に連絡する ・遺言書の作成や生前贈与の準備を始める ・住まいの終活のため、家族会議を行う ・権利関係の整理のため、司法書士等の専門家に相談する ・市町村の担当課に空き家バンクについて問い合わせる ・空き家の管理代行サービスを活用する ・不動産事業者に相談する

広告配信後の分析結果により、より効果的なターゲット設定が可能と判断される場合は、その根拠を示した上で県へ提案し、協議の上、ターゲットを見直すことができる。

5 業務内容

(1) 広告運用計画の策定

受託者は、速やかに広告運用計画を策定し、県の承認を得ること。

計画の策定にあたっては、以下の事項を記載すること。

(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（Google、Instagram、YouTube、新聞広告、テレビCM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A）の具体的な運用方法
- E) 運用スケジュール

(イ) 情報発信コンテンツ（広告クリエイティブ、周知啓発動画）の作成方針

(ウ) 広告効果の検証及び運用の見直し方法

(エ) 目標設定（後述（5）参照）

(オ) その他必要な事項

(2) 広告クリエイティブの制作

- ・デジタル広告（YouTube、SNS、ディスプレイ広告等）の運用にあたり、各広告プラットフォームの仕様に最適化された「配信用サムネイル画像（静止画イメージ）」、「バナー画像」および「広告用テキスト（説明文、見出し、キャッチコピー等）」等を制作すること。
- ・配信媒体の規定に基づき、必要に応じて複数パターンのクリエイティブを制作すること。
- ・テキストや画像は、次項の動画の世界観やターゲット像と連動させ、クリック率の向上につながる工夫を行うこと。

(3) 周知啓発動画の制作

「4 本業務のターゲット」を踏まえ、ターゲットの行動変容を促す周知啓発動画を制作すること

①仕様

- ・空き家の放置リスク（特定空家指定、倒壊、資産価値低下）、適正管理の重要性、県の各種支援制度、県の空き家相談窓口の案内等を分かりやすく伝える内容とすること。
- ・視聴者の不安を過度に煽ることなく、行動変容に繋がる内容とすること。
- ・15秒（1本）、30秒（1本）、60秒（1本）の合計3本の動画を作成すること
- ・音声をオフにした状態（SNSのタイムライン上など）でも内容が理解できるよう、字幕（テロップ）を効果的に配置すること。
- ・ターゲットや配信媒体（テレビ、SNS、YouTube等）に合わせて、縦型、実写、アニメーション、インフォグラフィックス等の最適な表現手法を提案すること。
- ・作成する動画は、インターネット上の配信サービス（YouTube等）でも配信可能なデータ形式とする。

②納期

- ・令和8年12月25日までに、納品すること。
- ※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。

(4) 広告の運用管理

業務(2)(3)で制作した広告クリエイティブ、周知啓発動画等を活用し、以下の広告媒体を活用したデジタル広告を実施すること

なお、デジタル広告を実施する場合のリンク先(ランディングページ)は、以下URLとする。ただし、業務開始後に県、ホームページ管理者、および本業務の受託者等で協議を行い、新たに作成するページ等へ変更する場合もある。

リンク先(県が設置するワンストップ空き家相談窓口): <https://akiya-oita.com/flow/>

①広告媒体

- ・YouTube、LINE、Instagram等のSNS広告やYahoo!、Googleのディスプレイ広告、テレビCM等において、本県におけるSNS利用状況等を踏まえ、ターゲット像に対して効果的な広告媒体を単独または複数組み合わせる実施すること。
- ・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」に該当する場合は、これに従うこと。

②デジタル広告の効果測定、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について、閲覧者の属性(地域、性別、年代、興味・関心等)ごとに分析し、その結果を踏まえ、検索結果やディスプレイ広告におけるキーワード等の見直しについて県と協議すること。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、県に毎月報告すること。
- ・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内容となるよう努めることとし、理解が難しいものは再提出を指示する。
- ・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」に該当する場合は、これに従うこと。

③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。

(5) 目標の設定

- ・本業務の目的を達成するうえで、目標(目標項目、目標値(仮説))と目標達成状況の把握方法(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。

- ・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。

(6) 新聞広告に関すること

① 新聞広告の企画・制作

ア 紙面の作成

県民およびターゲット層に分かりやすく、視認性の高いレイアウト・デザインを心がけること。

イ サイズ等 カラー印刷とし、サイズは半3段、3段、半5段のいずれか（提案）とする。

ウ 紙面の校正及び検査

受託者が作成した広告原稿（デザイン案）について、県の検査（校正）を受けること。

また、県から修正の指示があった場合は、速やかに対応すること。

② 新聞広告の掲載

ア 紙面の掲載

5（6）①で作成した広告について、検査が完了した後、指定の掲載日に掲載すること。

イ 掲載媒体 本業務の目的に最も効果的と考えられる新聞媒体を選定し、提案すること。

ウ 掲載回数 4回（各回の掲載内容は、同様のものとしても差し支えない。）

エ 掲載時期 県と協議のうえ決定する。

(7) その他自由提案

5（1）～（6）の業務に加え、目的達成のために効果的と考えられる情報発信を委託費の範囲内で実施できる場合は企画提案すること。実施内容については、事前に県と協議を行うこと。

6 成果物及び提出物

(1) 各種広告データ等

本業務により制作した各種広告等は、制作完了後、下記①～③を納品すること。なお、本業務により制作した画像の著作権の取り扱いは、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、委託契約書第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。
- ・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、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。

① 本業務で制作した新聞広告のデータ及び掲載新聞各1部（計4部）

② 本業務で制作した動画のデータ

③ 本業務で制作した広告クリエイティブのデータ一式

※データ納品の方法は、県と受託者が協議の上決定すること。

(2) 業務の完了報告

業務の完了後、令和9年3月19日までに、以下の内容を含む業務実績報告書（任意様式）を提出すること。

- ① 広報実績及び効果検証分析
 - ② 分析結果を踏まえた次年度以降のターゲティング案とプロモーションに係る改善案、示唆等
 - ③ その他、県が指示する資料
- (3) 納入場所
- 〒870-8501 大分市大手町3丁目1番1号 大分県土木建築部建築住宅課

7 個人情報の取り扱い

- (1) 機密保持
- 本業務の実施上、知り得た情報については、秘密を保持するとともに、契約目的以外に使用してはならない。
- (2) 情報保護
- 個人情報の保護については、漏えい・滅失・毀損の防止、その他適正な管理のために必要な措置を講じなければならない。契約終了後もまた同様とする。
- (3) 情報管理
- 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、複写させ、また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。

8 その他留意事項

- (1) 本業務の実施にあたって、県と緊密に連携しながら進めるとともに、専任担当者を配置すること。
- (2) 受託者は、関係法令を遵守すること。本業務に使用する写真、イラスト、その他資料等について、第三者が権利を有するもの（県が提供する写真等は除く。）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) 受託者決定から契約締結の間に、県と契約内容について詳細な協議を行うこと。
- (4) 本業務により制作するイラスト、写真データ等の著作権、その他一切の権利は大分県に帰属することとする。
- (5) 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、本業務の範囲内で、他の業務に予算を充当すること。なお、どの業務に充当するかは、最終的に県と協議の上決定することとする。
- (6) 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。
- (7) 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、本業務の履行上必要な事項については、本業務に含まれるものとする。
- (8) 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、県と十分協議した上で、本業務を実施すること。

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、X(旧 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、X 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。