

令和8年度おかやま就職応援センターホームページに係るインターネット広告業務委託仕様書

1 目的

県が運営する無料職業紹介所「おかやま就職応援センター」のホームページ（以下、「HP」という。）について、関東圏及び近畿圏の20代前半から30代前半の転職希望者をメインターゲットとしたインターネット広告の配信を行うことにより、おかやま就職応援センターの認知度向上及び利用者（求職者）登録の促進を図るとともに、IJUターン就職の向上を目指す。

2 業務名

令和8年度おかやま就職応援センターHPに係るインターネット広告業務

3 委託期間

令和8年5月1日から令和9年3月31日まで

4 経費の上限

2,287,120円（消費税及び地方消費税を含む）

5 業務内容（技術提案）

以下の業務を行うこと。ただし、（1）と（2）の業務を一体・連動した企画とすること。

また、広告の効果を高められる場合には、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）ランディングページ制作・運用業務

おかやま就職応援センターに係るランディングページ（以下、「LP」という。）を制作し、利用者登録に向けての意欲を喚起する。制作したLPの設置場所については、県と協議のうえ決定するものとする。

①基本的な業務内容

- ・（2）で実施するインターネット広告から誘導するLP（1ページ）を制作する。
- ・制作に当たっては、利用者登録に向けての意欲を喚起する工夫を行い、効率的にHPに誘導する工夫をすること。
- ・下層ページの表示に影響を与えないよう配慮すること。
- ・LPはスマートフォン及びPC（タブレット）での表示に適した形式とすること。
- ・一般的なブラウザで支障なく閲覧可能なものとする。
- ・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。
- ・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。
- ・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。

②LP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 本仕様書で制作したLPは、他事業者でも運営保守が行えるようにすること。

③LP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、可能な限り多くのデータを収集すること。また、その報告書を次年度に活かすアイデアを提案書に記載すること。

（２）インターネット広告の企画・制作・運用業務

おかやま就職応援センターのターゲット層に対して効果的に周知するため、インターネット広告の配信を行い、（１）で制作したLPに誘導する。

＜広告媒体＞

- ・広告媒体は2種類以上とし、ターゲットへの到達確度の高いメディアを複数組み合わせ提案すること。
※想定する媒体：Google Ads、Facebook、Instagram、X（旧 Twitter）、LINE、Yahoo! 広告等
- ・広告の時期、期間、時間帯を提案すること。
- ・透明性確保のために、県が指定するアカウント権限の付与、岡山県アカウントとのつなぎこみを行うこと。（別途留意事項に基づき、設定すること。）

＜広告素材の企画・制作＞

①ターゲットA（関東圏及び近畿圏在住の20代後半～30代前半の男女）

②ターゲットB（第二新卒者…関東圏及び近畿圏在住の20代前半）

- ・選択した広告媒体に掲載する広告素材（広告文、バナー、画像等）を作成すること。
- ・広告素材の作成にあたっては、メインターゲットについてのペルソナ、カスタマージャーニーマップをイメージした上で行い、広告媒体毎のデザイン案（画像データやテキストデータ）を2案以上提案すること。

＜広告配信期間＞

- ・広告配信期間は令和8年6月下旬から令和9年2月末までの間で、一般的に求職活動が活発となる夏と冬の時期（2回）の配信を予定している。
※契約期間の満了日は、令和9年3月31日とする。
- ・（１）のLP制作・誘導業務も考慮し、委託期間内に最大限の効果を発揮できるよう、広告配信時期に合わせた最適な配信スケジュール等を提案すること。

＜配信設定＞

当事業のターゲット層を踏まえた、効果的かつ効率的な配信設定を行うこととする。

＜目標＞

- ・KPI、KGIは次のとおりとするが、最終的には県と協議のうえ、設定することを想定している。そのため、追加提案も受け付ける。

KPI① 広告経路によるおかやま就職応援センターHP新規アクセス人数

K P I ② 広告経路による仮登録者数

K P I ③ 広告経路による初回面談者数

K G I 関東圏及び近畿圏に在住の20代前半～30代前半の者のUターン就職数

- ・事業の成果を分析するため、受託者においてK P I ①～③の取得の設定を行うとともに、事業効果の改善を図ること。
- ・その他、有効な指標で、別途提案するものがあれば、その効果検証方法やK P Iを提示すること。
- ・K P Iで示した各種値を達成した場合も、予算の限り事業効果の最大化を目指して事業を継続すること。

<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うえ、概要や考え方を踏まえて提案すること。
- ・広告配信状況、クリエイティブ、LP及びHPのアクセス分析を行い、月次で集計すること。
- ・クリエイティブのABテストを実施し、広告の改善を行うこと。
- ・本業務について、広告の表示回数、LP誘導数、HP誘導数、閲覧者の属性（年齢、地域、特性等）等を分析し、広告媒体の変更や絞り込み等、改善策を月次で県と協議のうえ、配信中の広告に反映すること。

<その他>

- ・広告実施に当たっては、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」に記載の業務を行うこと。

6 成果品の納品等

- (1) 委託業務が終了したときは、速やかに委託業務完了報告書（別紙様式）を作成し、報告すること。なお、委託業務完了報告書には、次の内容を含むものとする。
 - ・事業概要
 - ・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
 - ・その他、必要と認める事項※書類及び電子データ（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) 見積書や請求書の作成に当たっては、「LP制作費」「広告媒体制作費」「広告配信費」「分析レポート費」を別立てで計上し、積算すること。
なお、各経費の配分割合（目安）は、以下を想定している。
LP制作費：広告媒体制作費：広告配信費：分析レポート費＝2：1：6：1
- (3) 本業務が終了した時点で、実施経費の精算を行い、岡山県の確認を経た上で額を

確定し、経費の請求を行うこと。

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权は、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。

9 秘密保持

- (1) 事業者から県に提出された提案書等は、本業務における契約予定者の選定以外の目的で使用しない。
- (2) 本業務に関して、受託者が県から受領又は閲覧した資料等は、県の了解なく公表又は使用してはならない。
- (3) 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。

10 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) 経費の上限に達しないうちに、目標を達成した場合であっても広告の配信を継続し、予算内での広告の効果最大化を図ること。
- (6) 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、岡山県と事前に協議のうえ、必要に応じて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。
- (7) 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。
- (8) 本事業の一部については、国の交付金を活用して実施することも想定されることから、上記5（2）に掲げる業務のうち「第二新卒者」に関する業務とそれ以外の業務を区別し、業務ごとの経費の内訳がわかるように経理するとともに、法令、国、県の会計、財務規程に従った処理を行うこと。

(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

岡山県労働雇用政策課

岡山県と受託者で事前協議の上、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。なお、Google Analytics 4 の導入も県として推進しているため、その設定も行うこと。

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には、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。