

広島県県営住宅広告等運用業務委託仕様書

1 業務名 広島県県営住宅広告等運用業務

2 業務期間 契約締結の日から令和 7 年 3 月 31 日とする。

3 業務目的

健康で文化的な生活を営むに足りる県営住宅を住宅に困窮する低額所得者※に対して低廉な家賃で賃貸するため、広島県県営住宅の入居者募集制度のさらなる周知及び利用促進を目的とし、Web 等を活用した広告を図る広島県県営住宅広告等運用業務を実施する。

※ 県営住宅設置の根拠法である公営住宅法（昭和 26 年法律第 193 号。以下「公営住宅法」という。）における入居収入基準の一つである収入基準（15 万 8 千円（標準）：公営住宅法第 23 条第一号及び公営住宅法施行令（昭和 26 年政令第 240 号）第 6 条）を、国は、収入分位 25%相当（収入の低い方から 4 分の 1 番目に該当する収入の相当分位）として設計している。

4 業務内容

県営住宅入居者募集広告作成の企画、デザイン、原稿、編集、校正、運用及び分析等の一切の業務及び納品

(1) 募集時期について（予定）

定期募集（10・2 月募集分）での広告は必須とする。随時募集（11・1・3 月募集分）については、その知見が定期募集での効果的实施に結びつくよう、最低 1 回に集中して実施することを可とする。ただし、予定する時期及び掲載回数等は提案書に明記すること。

なお、募集開始から募集締切までが、約 10 日間と短期であることに留意すること。

募集区分	令和 6 年 10 月 必須	11 月 任意	令和 7 年 1 月 任意	2 月 必須	3 月 任意
(予定)	募集案内配布 ：10 月上旬 (10/1-10) 入居時期：翌年 1 月	募集案内配布 ：11 月上旬 (11/5-14) 入居時期：翌年 2 月	募集案内配布 ：1 月上旬 (1/7-16) 入居時期：4 月	募集案内配布 ：1 月下旬 (1/23-2/3) 入居時期：4 月	募集案内配布 ：3 月上旬 (3/4-13) 入居時期：6 月
定期	○： 245 戸			○： 214 戸	
随時		○： 47 戸	○： 46 戸		○： 44 戸

※ 各期の募集戸数は前年度数値。なお、12 月の予定は例年無。

(2) 成果目標

県営住宅に入居する者の導線は、
検索 - [A] → 募集情報ダウンロード - [B] → 応募 - [C] → 入居決定
と想定され、最初のボトルネック [A] の改善としてダウンロード数の増を第一目標とするが、その後のボトルネック [B][C] の改善も考慮した目標設定を行う。

凡例 [] : 直近実績値

(各募集区分毎の) 指標	考え方	定期募集	随時募集
県募集ページ※からの ファイルダウンロード数 (以下「DL 数」という。)	県営住宅募集への初期情報 となる県営住宅募集一覧の DL 数を増やす。[A]	900 件/回以上 [約 700 件/回]	
応募者(戸)数/DL 数	特に、低額所得者の DL 数を 増やす。[B]	80%以上 [37%]	3%以上 [1%]
若い世帯(高齢者世帯※以外 の世帯)の入居決定者数 ／入居決定者総数	特に、若い世代の DL 数を増 やし、その入居決定者を増や す。[C]	55%以上 [46%]	64%以上 [50%]

※県募集ページ：「県営住宅募集一覧」

(広島県 HP 上の場所 トップページ>組織でさがす>土木建築局>住宅課> (同 HP)

又は、[左端アイコン] くらし・教育・環境・文化 >くらし・衛生・消費生活

>県営住宅に関することなら 住宅課 > [アイコン] 県営住宅

>広島県県営住宅>県営住宅募集一覧のご案内

URL= <https://www.pref.hiroshima.lg.jp/soshiki/108/bosyuichiran.html>

なお、同 HP からのダウンロードファイルは多種あり、本業務での主なターゲットは最新の「県営住宅募集一覧」(HP 上では募集期間初日朝更新)であるが、DL 数の計測上は、4(2)募集期間中における同 HP からのファイルダウンロード数全件とする。

※高齢者世帯：入居者が 60 歳以上の方であり、かつ、同居し又は同居しようとする親族のいずれもが 60 歳以上の者である世帯 (単身で 60 歳以上の方も該当)。

なお、DL 数については、コンバージョン※設定を受託者が共有できるよう、県から手配する。また、応募者(戸)数、高齢者世帯の入居決定者数及び入居決定者総数については、県がその確定値を集計し次第速やかに受託者に提供する (県の確定値算出が受託者の報告上の所要時点に準備できない場合は、県から同推計値を、その推計方法とともに提示するものとする。)

※コンバージョン：Web マーケティング分野では、ゴールとなる重要な指標、又はサイト上で獲得する「最終的な成果」をいう。Web サイトに訪れたユーザーが何かしらのアクションを起こし、行動が成果に「転換」する度合いを表す用語。メジャーな具体策としては、Google アナリティクスを複数の評価者が同条件で運用し数値を共有する方法がある。

(3) 広告の方法

3 の低額所得者 (応募時点で広島県内に居住しない者を含む。) をターゲットとする広告を、①は必須、②は任意で提案すること。

なお、県の募集内容の公表は募集開始日以降となるため、募集期間が短期 (概ね 10 日間：4 (1) なお書き参照) であることを考慮し、県営住宅自体の周知や募集開始日送達メールの事前登録等、募集期間に先立ち行う広報の提案も可とする。

① Web 広告については、検索エンジン、SNS 又はインスタントメッセージ等でのディスプレイ広告又はリスティング広告※等を、本業務の目的に沿った選択と組合せにより実施すること

(ランディングページ※は、(2) の県募集ページ又はそのダウンロードファイルのほか、新設ページでも可とする。また、この場合の新設ページの設置場所は、受託者の既存 Web 内でも可とする。)

② Web 広告のほか、業界誌等の広報チャンネルとなり得る紙媒体広告を実施すること

※リスティング広告：検索エンジンの検索結果に連動して表示される広告の一種。クリック課金制で運用されており、広告主が設定したキーワードに基づいて表示されることが多い。

※ランディングページ：検索エンジンやリスティング広告などから、ユーザーを最初に訪問させるためのページ。Web マーケティングでは、一般的に広告からリンクして成約を高めるページと認識される。

(4) WEB 広告原稿について

原稿本数及び広告回数は任意とする。ただし、以下に留意すること。

- ・ 事業の特性の十分な理解に立脚した STP 分析に基づくシミュレーション※を提案書に分かりやすく示し、これに基づく原稿等とすること。
- ・ 原稿等納品の媒体形式 (PDF 等) は、任意とする。ただし、県への当該納品は、掲載等に先立ち行うこと。

(納品先) 広島市中区基町 10-52 県庁北館 5 階 広島県土木建築局住宅課

※STP 分析：「セグメンテーション」により市場を細分化し、「ターゲティング」によりその中から狙うべき市場を選び、「ポジショニング」により競合他社との位置関係を定める過程。

（セグメンテーション：市場や顧客を同じニーズや性質を持ったグループに分割すること。ターゲット顧客層を選定するにあたっての準備段階とされる。

ターゲティング：セグメンテーションによって細分化された市場の中から、自社がターゲットに据える市場を選ぶプロセス。

ポジショニング：ターゲット顧客の頭の中に、自社製品について独自のポジションを築き、ユニークな差別化イメージを持って頂くための活動。顧客に自社製品のユニークな価値を認めてもらうことで、競合製品に対して優位に立つことを目的にする。）

※(広告)シミュレーション：自分が定めた媒体やターゲティングで実際に広告を配信した場合、どんな結果になるかを事前に推定すること。具体的には、リーチ、表示回数、クリック数又はクリック率等の重要指標の予想される推定値を指す。配信の目安であり、必達目標ではない。設計は一般に①広告を出稿する目的・目標、②ターゲティング、③媒体の選定、④指標の決定、⑤推定値の算出の順に行う。

(5) その他提案書について

(4)までの内容のほか、本業務に関連する周知広報や企業等への働きかけ、県が実施する県営住宅入居者の募集に貢献が可能な内容を提案書に盛り込むこと。

5 委託料上限額

1, 500, 000円（消費税及び地方消費税を含む。）

6 県との調整

受託者は、本業務の遂行にあたり、数回程度、業務の進捗状況の報告を含めた打ち合わせを行うものとする。なお、打ち合わせを行う場所は、広島県庁（広島県広島市中区基町）を基本とするが、これにより難しい場合等は適宜調整する。

7 効果測定等報告及び業務実績報告

広告等運用の効果測定等報告（以下「定期報告」という。）は、定時のものとしては、①4(1)の令和7年2月定期募集の広告以前、及び②業務期間終了後10日以内に県に提出すること（後者②は、委託契約上の業務実績報告を兼ねる。）。ただし、受託者は、広告の視聴（SNS等の場合、エンゲージメント※を含む。）回数やその属性（本事業に関しては特に収入階層、年齢）データを可能な限り収集し、これらによる専門的分析を逐次行うこととし、その結果を定期報告に記すとともに、同分析の結果等から定期報告時点での対応では広告の効果が損なわれると思慮する場合は、速やかに県に報告するものとする（以下③「随時報告」という。）。なお、①～③の効果測定等報告の内容には、以下を含むこととする。

ア 現状分析（可能な場合は、次回及び将来募集推計）

イ 成果目標の達成度（又は達成の目途）

（経済・社会環境の予想できない変化や天災、その他ウ括弧書きのリミットまでに県の改善が履行されない場合等には、受託者は成果目標の達成度に、当該リミットまでの同変化がなかった場合等の推計達成度を併記することができる。）

ウ 次回以降（②の場合、次年度以降）の募集の業務改善策の（可能な場合はリミットを付しての）提案

（ランディングページと県HPの接続や県HPの内容・構造を含む。この場合に、県は誠意を持って改善を検討するものとする。）

（ランディングページと県HPの接続や県HPの内容・構造を含む。この場合に、県は誠意を持って改善を検討するものとする。）

おって、受託者は、県の求めがあった場合は、速やかに随時報告を行うものとする。

※エンゲージメント：SNS マーケティングで、投稿一つひとつに対して、どのくらいリアクションがあったかを示す指標。投稿ごとに「いいね!」「コメント」等のアクションの数から算出する（フォロワー数のようにアカウントごとに出る指標ではない）。例えば、「いいね!」のみをもとに同率を算出する場合、フォロワー100人のうち、50人が「いいね!」をした投稿の場合、エンゲージメント率は50%。

8 業務の適正な実施に関する事項

(1) 業務の一括再委託の禁止

受託者は、本委託業務を一括して第三者に委託し、又は請け負わせることができない。ただし、業務を効率的に行う上で必要と思われる業務については、県と協議の上、業務の一部を委託することができる。

(2) 個人情報の取扱い

受託者が委託業務を行うに当たって個人情報を取り扱う場合は、広島県個人情報保護条例（平成16年広島県条例第53号）に基づき、その取扱いに十分留意し、漏えい、滅失及び毀損の防止その他個人情報の保護に努めなければならない。

(3) 守秘義務

受託者は、本業務の実施に関して知り得た秘密を他に漏らし、又は自己のために利用することはできない。

なお、委託業務終了後においても同様とする。

(4) 立入検査等

県は、事業の執行の適正を期するため必要があるときは、受託者に対して報告させ、又は事務所に立ち入り、関係帳票類、その他の物件を検査させ、若しくは関係者に質問を行う場合がある。

9 成果の帰属

(1) 本業務により新たに得られた成果は、原則として県に帰属する。また、受託者は本業務において創作した著作物に関して、著作者人格権を行使しない。

(2) 受託者が従前より権利を有する著作物のうち、本業務で利用した著作物については、県が利用することを妨げない。

(3) 第三者の著作物を本業務で利用する場合は、受託者の責任により利用する。

(4) 受託者は、本業務の実施のために必要な受託者が従前より有する著作権あるいは第三者の著作権については、当該著作権の利用に当たり、支障のないよう適切な措置を講じなければならない。また、何らかの著作権に係る問題等が生じた場合、受託者の責任により対処する。

10 その他

(1) 広告にあたっては社会通念上不適切と考えられるサイトへの掲載を排除するよう努め掲載先サイトを定期的に確認すること。なお、不適切サイト等への掲載が認められた場合には、直ちに県に報告するとともに、県の対応指示に従うこと。

(2) 業務委託契約約款、個人情報取扱特記事項及び本仕様書に記載のない事項又は業務上疑義が生じた場合は、県と受託者は協議して業務を行うものとする。

(3) 受託者は広島県と定期的な連絡調整を行いながら円滑に業務を実施することとし、事故等が発生した場合は速やかに報告・協議して適切な対応をとること。

(4) 天災、疫病、その他やむを得ない事情により、広告日程等を延期とした場合には、受託者は日程の再調整に協力すること。