

宇都宮市職員採用デジタルマーケティング業務委託仕様書

第1章 総則

1 業務の名称

宇都宮市職員採用デジタルマーケティング業務

2 業務の目的

人口減少等の影響により、官民間問わず人材獲得に向けた競争が激化する中、本市においても受験者数が減少傾向にあり、特に、土木職をはじめとする技術職は顕著である。

そのため、宇都宮市役所で働くことの魅力をPRし、採用活動において本市と競合している民間企業や他自治体との差別化を図り、就職活動者が宇都宮市役所での就職を考えるきっかけとなるよう、デジタル広告を通じてターゲットを本市職員採用サイトに誘導し、人材を獲得することを目的とする。

3 業務の期間

本業務の期間は、契約締結の日から令和8年3月31日までとする。

4 企画提案上限額

5,474,700円（消費税及び地方消費税を含む）

※ 企画提案上限額は予定価格を示すものではなく、提案内容の規模を示すため、業務履行に要する経費として参考に示すものである。

※ 企画提案上限額を超えた提案は「失格」とし、提案内容の評価は行わない。

第2章 共通仕様

1 適用の範囲

本業務の遂行にあたり、受託者は、本仕様書に定める事項を遵守するものとする。

なお、本仕様書に定める事項について疑義が生じた場合、又は、本仕様書に明記なき事項であっても、本業務遂行上必要と思われる事項については、本市と受託者の協議により決定するものとする。

2 企画提案業務

企画提案の内容は、第3章特記仕様によるものとする。

3 機密の保持

受託者は、本業務の遂行上知り得た情報を機密情報として扱い、本業務の目的以外に利用し、又は第三者にもらしてはならない。また、業務完了後においても同様とする。

4 権利の帰属

本業務にかかる成果物の著作権等の権利は、全て本市に帰属するものとする。

5 業務担当者及び業務管理

- (1) 受託者は、本業務が本市の将来にわたる発展につながる重要な事業を支えるものであることを十分に理解し、適切かつ確実な業務遂行と質の高い成果品の納入が担保される体制を整えるものとする。
- (2) 受託者は、常に本市と連絡を密にするとともに、十分な協議のもと、業務の円滑な遂行を図るものとする。
- (3) 受託者は、業務監督者及び業務担当者を配置し、秩序正しい業務を行わせるものとする。このうち業務監督者は、業務全般を統括・管理するものとする。また、高度な技術を要する部門については、相当の経験を有する業務担当者を配置するものとする。
- (4) 受託者は上記の業務体制について役職、担当業務、担当者名などを明確にしたうえで、本市に報告するものとする。

6 関係機関等との協議

本業務の遂行上必要な関係機関等との協議については、受託者の責任において適正に処理するとともに、その内容を遅滞なく本市に報告するものとする。

7 市内業者の育成

受託者が、本業務の一部を下請業者に発注しようとするときは、できる限り市内業者から選定するよう努めるものとする。なお、市内業者に発注するときは、業務の内容及び見積金額における市内業者への再委託金額の割合等を企画提案内容に記入すること。

8 資料の貸与

本業務の遂行上必要な資料の収集、調査等は、原則として受託者が行うものとする。また、本市から貸与を受ける資料については、そのリストを提出し、業務完了とともに返却することとする。

なお、業務完了前においても本市から返却の要求があった場合は、速やかに返却

するものとする。

9 打合せ

打合せは、業務着手前、中間、業務完了時及び特記仕様に定めるもののほか、随時必要に応じて行うものとする。

10 議事録

受託者は、業務遂行に当たっての事務打合せ等の都度、その結果について整理し、書面をもって本市へ報告するものとする。

11 提出書類

受託者は、業務の着手及び完了にあたり、契約書に定めるもののほか、下記の書類を提出し、本市の承認を受けるものとする。なお、承認された事項を変更しようとするときは、その都度、本市の承認を受けるものとする。

(1) 業務着手時

業務着手届、業務工程表、業務担当者届及び履歴書、業務実施計画書、課税事業者届出書

(2) 業務完了時

業務完了届、成果品納品書、検査願

(3) その他業務遂行上必要とされる書類

12 検査及び業務の完了

(1) 受託者は、業務完了後速やかに業務完了届を提出し、本市の審査を受けるものとする。

(2) 受託者は、審査に合格後、本仕様書に指定された成果品及び成果品納品書を提出し、本市の検査を受けるものとする。

(3) 受託者は、検査の承認を持って業務の完了とする。なお、成果品に不備又は不合格とされる点が発見された場合は、受託者は速やかにこれを訂正しなければならない。

13 その他

(1) 業務の遂行にあたり使用する関係資料、データ等については、可能な限り最新のものを使用するとともに、出典、年月等を明記するものとする。

(2) 各種資料や成果品の作成にあたっては、Microsoft Office 2019 あるいはこれと互換性のあるものを使用するものとする。

- (3) 別紙添付「デジタルプロモーション等実施における留意事項」を正しく履行すること。

第3章 特記仕様

本業務の内容は以下のとおりとする。

1 企画提案を求めるもの

(1) 業務の目的

人口減少等の影響により、官民間問わず人材獲得に向けた競争が激化する中、本市においても受験者数が減少傾向にあり、特に、土木職をはじめとする技術職は顕著である。

デジタル広告等を通じて堅苦しいイメージの払拭のほか、市職員の業務内容や魅力などの情報を発信し、採用ホームページに誘導することで、市職員への興味関心、理解度向上を図り、本市が実施する職員採用試験（age22-29 及び技術職）の受験者数の増加を図りながら、有為な人材を獲得することを目的とする。

(2) 業務の概要

- ・ 検索連動型広告等を活用した本市採用に関する情報発信（採用試験情報、オープン・カンパニー開催情報 など）
- ・ ターゲット及び広告種別に応じたクリエイティブの制作
- ・ 効果測定及び報告書作成

(3) 業務の内容

ア 検索連動型広告等を活用した本市採用に関する情報発信

（ア） 広告媒体

- ① 検索連動型広告
- ② Meta 広告（Instagram）
- ③ その他、効果的な情報発信を行うため、上記以外の媒体について提案すること

（イ） キーワード

検索連動型広告を実施するにあたり、キーワード案を提案すること

（ウ） 広告期間（予定）

令和7年8月中旬～令和8年3月31日

（エ） ターゲット層

- ・ 20代の栃木県にゆかりのある学生・求職者
- ・ 30代の結婚・出産等を機に地方へU J I ターンを考えている技術職（転職者）

※ 上記ターゲットが、広告を通じ、本市を就職先の選択肢として持つことを目指す。

※ 上記に限らず、企画の目的を達成するための効果的なターゲットの設定について、データ等の根拠とともに提案することも可能とする。

※ 本市の採用試験の申込者の多い地域は、関東地方である。

【参考：求める人物像】

- ・ 宇都宮と宇都宮市民の将来を広い視野から考えられる人
- ・ 仕事に対して成果とスピードを常に意識できる人
- ・ Vitality（活力・持続力）と笑顔あふれる人

(オ) 広告実施におけるサイト誘導及び目標設定

- ① 原則、本市職員採用サイトへの誘導を図ることとするが、デジタルマーケティングの効果的な実施にあたり、本市職員採用サイトの改修が必要となる場合は、改善点を提案すること。
- ② 本施策の目的は下記の通りとし、これらを達成するために必要な目標 KPI を提案すること。また、広告の最適化のポイントも提案することとする。
 - ・ 宇都宮市職員採用試験受験者数の増

【参考：令和 6 年度採用試験受験者数（抜粋）】

試験区分	一般行政	技術職		資格職
		早期選抜枠	通常枠	
age22-29	399	34	13	85
age30-40	141	—	21	7

※ 技術職は土木、建築、電気、機械、化学、心理の合算

※ 資格職は保育士、獣医師、薬剤師、保健師、理学療法士、司書、栄養士の合算（age30-40 の区分は保育士のみ）

【参考：令和 7 年度採用試験受験者数（技術職早期選抜枠）】

第 1 次試験受験者数：40 名

※土木、建築、電気、機械、化学、心理の合算

- ・ 宇都宮市職員採用説明会（オープン・カンパニー等）来場者数の増

【参考：令和 6 年度オープン・カンパニー参加者数】

開催方法	開催時期	開催内容	参加人数
対面	9 月 30 日	・ 全体説明 ・ 庁舎内見学 ・ 職員と座談会	39 名
オンライン	11 月 27 日 ～ 12 月 3 日	・ 全体説明 ・ 職員と座談会	57 名

※ 上記、申込みは「city.utsunomiya.lg.jp」からドメインの異なる専用ページに遷移させ受付けるものとする。

なお、目標値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。

イ ターゲット及び広告種別に応じたクリエイティブの制作

広告クリエイティブについては、公序良俗に反しないものであって、本市主催のイベントの開催周知、本市職員採用試験の情報発信など目的に応じて訴求すべき内容を検討し、広告効果の最大化を図る上で最適なクリエイティブを提案すること。なお、制作物は、本事業終了後も本市が配信及び使用できるものとする。

ウ 効果測定及び報告書作成

- ① 広告媒体ごとにアクセス数やアクセス者の居住地など、広告の成果の把握につながるデータを取得し、本市と共有すること。なお、最適な広告効果創出を目指しPDCAを用いて運用を行うこと。
- ② 広告配信は、インプレッション数、クリック実績といった広告に対する反応に留まらず、エンゲージメント・コンバージョン実績などの本市職員採用サイト流入後の広告への反応を比較検証しながら、ターゲットに集中的に広告を配信していくことで、事業効果の最大化を図ること。
- ③ 効果検証スキームについて、概要や考え方を踏まえ、本市と受託者で協議の上、決定するものとする。
- ④ 効果測定に必要な計測環境を適切に設置すること。また、計測環境に不具合が生じた場合は速やかに報告・対応すること。
- ⑤ 事業効果を把握するために必要な効果検証方法を検討すること。
- ⑥ 広告配信状況やウェブサイトのアクセス分析を行い、月次でレポートを作成し、提出するとともに、中間報告の場を設け、分析結果に基づいた改善策を提案・実施すること。なお、中間報告の時期・回数は、受託後に本市と協議の上決定すること。
- ⑦ 本業務について、広告の表示回数、視聴者の属性（年齢、地域、特性等）や広告からのウェブサイト誘導状況を分析しながら、事業の状況に応じてターゲティングの変更、絞り込み等改善策を本市と協議の上、実施すること。
- ⑧ 広告配信完了後に、事業の結果分析及び今後の展開について改善提案を盛り込んだ分析結果報告書を速やかに提出すること。

2 その他留意事項

- (1) 受託者から本市に引き渡された成果物の所有権、著作権、その他当該成果物を

利用するために必要な一切の権利は、当該引渡しの時点をもって全て本市に帰属する。

受託者は、前項の成果物につき、本市に対し、著作権人格権を行使しないものとする。

- (2) 提案された事業が正式に決定した後は、速やかに具体化できる提案をすること。
- (3) 経費については、作成に伴う費用、発信に伴う費用、使用料や謝礼など、必要と思われる一切の費用を含めて見積もること。
- (4) 事業推進体制については、担当者名・役職などを明らかにすること。なお、事務打合せ及び進捗管理、本市関係者への説明などについては、定期的なものの他、必要に応じて随時対応ができる体制を取ること。
- (5) 企画提案に要する費用は、すべて提案者の負担とする。
- (6) 本業務に係る費用については、全て受託者の責任において、委託料から支払うこと。
- (7) 第三書が権利を有する著作物等を使用する場合は、使用に関する手続、費用等を受託者が責任をもって負担・処理すること。
- (8) 受託者は、この契約の履行に関して知り得た秘密を漏らしてはならない。また不当な目的で利用してはならない。契約終了後も同様とする。

3 スケジュール

令和7年	7月～	業務着手
	8月中旬	広告配信（オープン・カンパニー（対面）参加者募集）
	10月上旬	広告配信（オープン・カンパニー（オンライン）参加者募集）
	11月～	広告配信（公務の魅力、働く環境等の発信）
令和8年	1月	広告配信（オープン・カンパニー（オンライン）参加者募集）
	3月～	広告配信（募集開始PR）
	3月	業務完了