

子育てに係るポジティブイメージの浸透に向けたPR実施業務委託仕様書（案）

1 業務の名称

子育てに係るポジティブイメージの浸透に向けたPR実施業務

2 業務の目的

「子供を持つことへのネガティブなイメージが先行している。」、「子育てに関するネガティブな情報の方が目に留まりやすい。」といった現状を踏まえ、子育てに係るポジティブイメージの浸透に向けたPRを実施する。

3 業務委託期間

契約締結日から令和8年3月31日まで

4 業務の内容

(1) 実施方針

子供・子育てに関する日常の中のうれしいことや尊いと感じること、子供のかわいらしさといった、SNSに少ない「ポジティブな情報」について、県民の共感を得ながら、ポジティブ情報への接触機会を増加させる。

(2) 実施内容

次の内容について、当業務の目的、実施方針に照らし効果的と考えられる企画を提案すること。なお、実施のために必要となるクリエイティブ制作（投稿用の画像等の作成）についても、当該業務の中で実施すること。このほか事業者独自の創意工夫に基づく提案を妨げない。

ア SNSを活用した県民参加型キャンペーンの実施

- WE B広告（Xを想定）を活用し、ポジティブな情報がSNS上にあふれさせる仕組みを提案し、県民のポジティブな投稿を促進すること。
- キャンペーンについては、契約締結日以降、定期的に投稿を行い、継続的な投稿を促進すること。
- 投稿内容は、日常の中で感じる、子供・子育てに関するうれしいことや尊いと感じること、子供のかわいらしさといった「ポジティブな情報」を集めることとし、県民が自発的に投稿したくなる仕組みを構築すること。

※ その他の詳細は仕様書別紙を参照

イ 県民参加型キャンペーンの抽選・投稿内容のとりまとめ

- 応募者の抽選、当選連絡及びインセンティブ発送等の調整を行うこと。
- 県民投稿の内容をとりまとめ、結果について、県公式SNS等で事後発信できるよう投稿原稿案を作成すること。

(3) ターゲット

- ・ 子育て当事者を中心に投稿を集めることとし、ユーザー間の拡散により、子供を持たない若年世代にも投稿への接触機会を増加させることも考慮しながら、事業を進めること。

※ その他の詳細は仕様書別紙を参照

(4) 成果目標

- ・ キャンペーンの参加者数やコンバージョン数
- ・ 上記に加え、SNS上の子供・子育てに関するポジティブな情報量などの目標数値や目標数値を達成するための行動目標を設定すること

※ その他の詳細は仕様書別紙を参照

5 留意事項

- (1) 受託者は、業務の実施に伴い知り得た県及び関係機関の機密情報並びに業務の運営上取り扱う個人情報を、契約書に定める事項及び関係法令その他の社会的規範に基づき適切に管理すること。また、業務の実施に関して知り得た情報を第三者に漏らしてはならない。
- (2) 受託者は、県と調整を行う責任者を明らかにすること。
- (3) 受託者の総括責任者は、十分な見識と業務実績や勤務実績がある者とし、本事業について、本県との調整や協議、本県への助言、提案、支援等に応じるものとする。
- (4) 本県との協議、打合せは勤務時間内に行うこととし、また、定期的な協議打合せは契約の範囲内において隨時対応するものとする。
- (5) その他、業務の実施に際し、県の要請に速やかに応じること。

6 秘密の保持

- (1) 本業務に関し、受託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、受託者は、県から提供により受領又は閲覧した資料等について、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・参加者等の業務上の秘密を保持しなければならない。

7 成果物

- ・ 子育てに係るポジティブイメージの浸透に向けたPR実施業務企画書
- ・ 子育てに係るポジティブイメージの浸透に向けたPR実施業務実績報告書
- ・ その他当該業務で作成したイラスト等の広報資材

8 成果品の帰属

成果品の納入場所は、広島県健康福祉局子供未来応援課（〒730-8511 広島市中区基町10番52号）とし、成果品はすべて広島県に帰属する。

9 その他

- (1) 受託者は、本業務の進捗状況を適宜報告し、県と調整を図ること。
- (2) 受託者は、本業務の実施にあたって、不明確な点や改善の必要があると認められる場合は、直ちに県と協議・調整を行うこと。

- (3) 本仕様書に関して疑義が生じた事項及び本仕様書に定めのない事項については、両者協議の上、これを解決するものとする。



子育てに係るポジティブイメージの浸透
に向けたPR実施業務について
～実施内容・ターゲット等に係る補足資料～

広島県健康福祉局子供未来応援課

1 SNSを活用した県民参加型キャンペーンの実施に関すること

- キャンペーンの展開に当たっては、インセンティブを付与するなど、楽しみながら参加できる企画とすること。
- インセンティブの選定に当たっては、当業務の目的や実施方針を考慮すること。
- いわゆる「あるある」の投稿をイメージしているが、事業の目的を考慮し、「子育ては大変」「今日も疲れた」などネガティブな投稿につながらない仕組みを検討すること。
- 現行のネガティブな投稿を否定するなど、多様性を否定する取組ではないことに留意し提案すること。
- 若年世代に対し、子供を持つ必要があるという認識を与えるのではなく、子供を持つ・持たないは個人の自由な意思決定に基づくものであることを前提とし、子供の有無に関わらず社会全体で応援する気運が高まることも「ポジティブ」な認識として捉え、提案すること。

2 ターゲットに関すること

- SNSを活用したキャンペーンにより実際に投稿を促すのは「家族」となるが、その方々の投稿が拡散することで「シングル」「カップル」がその情報に触れ、子供・子育てに関するイメージ上昇につなげることが狙いであることに留意すること。
- 「家族」があえて言わない情報（子供のかわいさ・尊さ等）について、「シングル」「カップル」にとって、「貴重な情報であり、是非教えてほしい」といった観点で投稿を促進すること。
- また、個人の投稿を集めるものであることから、投稿のハードルを下げる仕組みも検討すること。



①シングル（結婚しておらず、子供もない）



②カップル（結婚しており、子供はない）



③家族（結婚しており、子供が1人以上いる）

ポジティブな認識の増加につなげたいターゲット

投稿を促したいターゲット

※主となる投稿者は家族を想定しているが、いとこやおい、めい、近所の子供など、身近な子供に関する投稿を否定するものではない。

3 成果目標に関すること

- 事業実施前後の数値差を検証するなど測定手法も含めて提案すること。
- 目標数値の検討に当たっては、本県実施の「子育てに係るポジティブイメージの浸透等に係る調査結果について（R7.12）」における、「子育てに対するイメージ点数の6点以上の割合」の現状値を考慮すること