

「県庁のしごと」魅力発信業務委託 質問書に対する回答

番号	質問項目	回答
1	SNS はこれまでどのような運用をしているか。 昨年度の成果と課題を教えてください。	<p><Instagram> 令和6年度前半～中盤は、採用試験や説明会等に関する投稿を当局職員によって実施。 後半は、熊本県庁で働く魅力ややりがい等をリール動画で紹介する投稿を委託業者によって実施。 また、3月の「採用試験申込受付期間」及び「職員採用ガイダンス参加申込期間」においては、SNS 広告を実施。 申込者数及びフォロワー数の増加につながりました。</p> <p><YouTube> これまで動画を制作したタイミングで投稿を行っており、令和6年度は、新たに制作した職員採用 PR 動画約 25 本の投稿を実施しました。</p>
2	SNS 広告出稿の費用は委託金額に含まれるか。	お見込みのとおりです。

3	SNS 広告時に広告画像等の素材は提供されるか。	当方から広告画像等の素材提供は行いません。 受託者様にて素材を作成いただきます。
4	「受験者層」とは具体的にどの年齢層や属性（高校生、大学生、既卒者など）を指しているか。 県として特に重視しているターゲット層（例：UI ターン人材、理系学生、女性人材など）があれば教えてください。	当局が実施する試験区分のうち、「大学卒業程度」の採用規模が最も大きい一方で、受験者数（特に技術系職種）が減少傾向にあることから、県内外の大学生をメインターゲットとしています。 また、大学生のみならず、即戦力として期待される民間企業等経験者へのアプローチも強化したいと考えています。
5	これまでの SNS における広報・採用活動の中で、特に課題となっていた点（例：特定層に届きにくかった、投稿内容が響かなかったなど）があれば、可能な範囲で教えてください。	アカウントの認知拡大と投稿内容の更なる魅力化を課題と捉えています。
6	本業務において想定している KPI（フォロワー増加数、動画再生数、広告クリック率など）や、最終的に成果を評価する際の定量・定性的な基準があれば教えてください。	KPI としては、投稿コンテンツへのリーチ数やアカウントのフォロワー増加数を想定しています。 上記に伴い、採用ガイダンスなどのイベントへの参加、ひいては受験者数の増加へとつなげたいと考えています。

7	本事業において、SNS を通じて県として特に強調したい「県庁職員の魅力」の観点（例：専門性、成長機会、地域貢献、国際性など）があれば教えてください。	県内各地をフィールドに、広く大きな仕事に携わることができることや、働きやすい環境づくりに向けた取組みや制度（新規採用職員へのサポートや子育て支援）の充実など。
8	SNS 投稿におけるガイドライン等があれば教えてください。	熊本県人事委員会事務局ソーシャルメディア運用ポリシーをご参照ください。 https://www.pref.kumamoto.jp/hp/saiyou-navi/pdf/sns_policy.pdf
9	県職員の出演協力（インタビューや動画出演等）や庁内での撮影許可について、体制や制限があれば教えてください。	県職員の出演及び庁内での撮影は基本的に可能であると考えていただいても結構ですが、手続き等で撮影までに期間を要する場合がありますので、ご了承ください。
10	SNS 投稿内容・タイミングに関する協議の頻度、また内容決定・承認に要する期間の目安を教えてください。	基本的には、向こう1か月間など、投稿スケジュールを立てた上で準備を進めていくことを想定していますが、突発的な案件など、タイムリーな対応が求められる場合には随時協議を行いたいと考えています。 投稿内容の確認結果については、可能な限り一両日中に返答を行います。
11	SNS 広告のターゲティングに関する希望（地域、年齢、属性など）や、過去の配信実績があれば教えてください。	昨年度の配信実績としては以下のとおりです。 [地域] 県内、九州、東名阪 [年齢] 18歳～40歳代 [属性] 求人、新卒採用、転職、公務員に興味のある方

12	過去の採用広報素材（写真、動画、インタビュー等）の二次利用が可能かどうかを教えてください。	当局に権利が帰属する素材であれば二次利用は可能であると考えていただいても結構です。
----	---	---