

仕様書等に対する回答書

令和7年4月9日

各関係事業者 様

広島県知事 湯崎 英彦
(住宅課)

委託役務の名称 : 広島県県営住宅web広告運用業務

区分	質 問	回 答
1	<p>仕様書 4(2) 成果目標について LP への初訪問数やファイルのダウンロード数などの成果目標ですが、WEB 広告経由のみをカウントするのでしょうか。</p> <p>それとも自然流入を含めた数になりますでしょうか？</p>	<p>いわゆるオーガニック(マーケティング)とペイド(同)に区分した場合、カウント対象はどこまでかというお尋ねと理解します。</p> <p>結論として、オーガニック(自然流入)を含めた数でのカウントとなります。</p> <p>仕様書別添3から、R6 事業開始前の係数をオーガニック相当としてGA4 係数を抽出すると(注2参照)、R6 のペイド成功期に対する比はダウンロードで約1割、first visit(初訪問)に至っては2%未満でしかありません。これは、残念なことに現状の広島県県営住宅web のオーガニックは、ペイド成功期に対してほぼゼロに近い実力しか持たないことを示します。なお、現在、R7.4 月随時をオーガニックのみの状態で募集していますが、そのGA4 数値はR6 事業開始前より微増程度であり、R6 事業後も特段の改善はしていないと見ています。</p> <p>つまり、マーケティング理論上のオーガニックとペイドの区分は、まだ広島県県営住宅のweb 広告では、前者が無視できる程度の小ささであるため、オーガニックとペイドの係数分離があまり有効でないと考えています。</p> <p>もちろん、web 広告にあたってオーガニックの規模拡大は重要であり、契約に至った場合には、仕様書7ウでLP 及びLP 以外の県HP の改善提案を頂くこととし、県は「誠意を持って改善を検討」いたします。この場合、ご提案によるオーガニックの拡大とペイドによるアクセス増の相乗効果により、成果目標をカウントさせて頂くこととなります。</p>

区分	質問	回答
2	<p>仕様書 4(2) 成果目標であるファイルのダウンロード数について 「別添 3 R6 広告事業 CSVbyGA4_with a 150 万 yen note」の資料では、file_download 数が first_visit 数を大きく上回っているようです。 これはダウンロードファイルがサイト上に複数あり、1人の訪問者がそのファイルを複数ダウンロードした結果と考えています。 令和7年度もサイト上の仕様に変更はございませんでしょうか。</p>	<p>変更の有無についてお答えします。上記仕様書 7ウによる県webサイトの変更、その他県の事務改善としての変更はあり得ますが、現段階で抜本的な変更を計画していません。 よって、「ダウンロードファイルがサイト上に複数」ある状態については、現在の広島県県営住宅webによりご確認ください。 なお、file_download (≒募集一覧のダウンロード数) が first_visit (≒初訪問数) を、特に R6 事業前 (オーガニックのみ) に大きく上回っているのは、従来は、少数の常連アクセス者が繰り返しファイルをダウンロードしたものと想像されます。R7 事業で新たに first_visit を成果目標としたのは、この状況を打開し、アクセス層の新規拡大を目指すものです。</p>
3	<p>仕様書 4(2) 若年入居者の比率向上について 参考値として県営住宅における現時点の若年入居者と高齢入居者の比率を開示いただく事は可能でしょうか。</p>	<p>R6 事業実施期における集計値のある直近定期募集が 60.6%、直近随時募集が 63.6%です (直前1年間のデータ詳細等は注3のとおり)。</p>
4	<p>仕様書 5 委託料額について 成果目標の達成をポイント化して 80 点未満は契約額の 8 割額とするとありますが、例えば 100 万円でご契約した後に目標達成が 80 点未満であった場合には 80 万円に減額されるという認識で宜しいでしょうか。</p>	<p>お見込みの通りです。ただし、(天災等による未達成) 協議に基づき県が承諾することで、目標達成と見なす。(仕様書 5 第二段) (県の集計遅延) 県提示の推計数値による。(仕様書注 3(C)本文なお書き) と考えていますので、申し添えます。</p>

注1 オーガニック (マーケティング) : Organic Marketing 有料広告を使用せずに Web サイトにトラフィックを集めるプロセス。通常、視聴者を引き付けるために価値のあるコンテンツを作成して配布することが含まれる。(コンテンツ マーケティングとも)

ペイド (マーケティング) : Paid Marketing 有料広告からトラフィックを集めるプロセス。通常、Google、Facebook、Twitter などのプラットフォーム、スポンサー付き投稿、バナー広告からのクリックを購入することが含まれる。本委託業務での主な委託内容。

2 仕様書別添 3 の GA4 係数から、次の 2 時期のものを抽出すると、

区分【比】	page_view	file_download	first_visit
(R6 事業期間で最もアクセスの多かった) R7. 1-2 月期平均	16,459 【100.0%】	9,774 【100.0%】	7,489 【100.0%】
(事業開始前) R6. 6-8 月期平均	1,057 【6.4%】	1,044 【10.7%】	121 【1.6%】

3 月別の詳細データは次のとおり。(県調査：応募・入居状況集計表)

	R6. 2 定期	R6. 3 随時	R6. 5 随時	R6. 6 定期	R6. 7 随時	R6. 8 随時	R6. 9 随時	R6. 10 定期	R6. 11 随時
入居者a	66	12	10	53	5	7	8	66	11
高齢者b	19	4	6	22	2	4	5	26	4
1-b/a	71.2%	66.6%	40.0%	58.5%	60.0%	42.9%	37.5%	60.6%	63.6%

※「高齢者」の定義は、仕様書注 3 (D) 参照