

網走市観光デジタルプロモーション・ マーケティング事業

観光デジタルプロモーション・マーケティング 業務委託仕様書

網走市デジタル化推進事業

観光デジタルプロモーション・マーケティング業務委託仕様書

1 委託する業務名

観光デジタルプロモーション・マーケティング業務委託

2 業務の趣旨・目的

当市では、令和4年度に観光HP及び観光動画を新たに作製、令和5年度ではディスプレイ広告や観光動画などを国内に向けて広告配信するデジタルプロモーションを実施している。

令和6年度における本事業では、これまで広告を視聴したユーザーデータ、ならびにHPへ来訪したユーザーデータを分析することで効率的なプロモーションの実施を図るだけでなく、エビデンスベースでの政策立案を可能とするようデジタルマーケティングを実施するほか、これまで国内に向けて実施していたデジタルプロモーションを海外向けにも同様に実施し、フェーズ1として旅行潜在層へ広くアプローチを図り、旅行実施までのリードタイムを検証、熟慮したユーザー目線を意識した取り組みを行う。

なお、国内向けデジタルプロモーションでは、フェーズ2へ移行し、トレンドに合った動画制作によるWEBサイトへの埋込などによるSEO対策や来訪数の最大化を目指したメディアプラン、配信設計を図る。国内、海外に向けた共通事項として、当市の認知度・ブランド力のさらなる向上と、網走市の魅力(食、自然体験等)を訴求することで、旅行先として選定していただく、行動変容を起こすことを目的とする。

また、デジタルマーケティングにあたっては居住地や年代別など、ターゲット層に応じて実施手法を変更するとともに、カスタマージャーニーに基づいた手法を構築し、効率的かつ効果的なプロモーションとすることを目的とする。

3 委託期間

契約締結日から令和7年(2025年)3月31日(日)まで

4 ターゲットについて

【ターゲットの考え方(網走市初期仮設)】

- ・本業務におけるターゲットの考え方は下記表に示すとおりとする。
 - (ア)「おいしいまち網走」を認知していない人(国内)

地域	関東、中部
年代	20代~40代
価値観	<ul style="list-style-type: none"> ・北海道旅行を計画しているが、網走市を想起しない人 ・自然景観、海鮮グルメが好きだが、一番に北海道や網走市を想起しない人
訴求内容	<ul style="list-style-type: none"> ・北海道＝網走市という認知 ・網走市＝自然景観や海鮮グルメなどすべてが「おいしいまち網走」という認知

(イ)「おいしいまち網走」を認知している人（国内）

地域	関東、中部、その他効果が認められる地
年代	20代~40代
価値観	<ul style="list-style-type: none"> ・北海道に来訪経験がある ・網走市に来訪経験がある ・網走市＝「おいしいまち網走」と認知している
訴求内容	<ul style="list-style-type: none"> ・「おいしいまち網走」ブランド力のさらなる向上 ・流氷や網走監獄、海鮮グルメ以外の観光資源の発信

(ウ)「網走」を認知していない人（海外）

地域	台湾、香港、シンガポール
年代	20代~40代
価値観	<ul style="list-style-type: none"> ・訪日経験がある。 ・北海道＝道央圏と認知しており、網走市を想起しない人。 ・自然景観、海鮮グルメが好きだが、日本で一番に北海道や網走市を想起しない人
訴求内容	<ul style="list-style-type: none"> ・日本＝北海道＝網走市という認知 ・網走市＝自然景観や海鮮グルメなどすべてが「おいしいまち網走」という認知

【ターゲットに起こしてもらいたい行動変容】

- ・本業務において、ターゲットに起こしてもらいたい行動変容は下記に示すとおりとする。

行動変容	<ul style="list-style-type: none"> ・網走市の観光に関心を持ち、観光HPに来訪する。 ・実際に網走市へ来訪する。
------	---

【ターゲット見直しの提案】

- ・ 広告を配信し、分析した結果、本業務の目的を達成するためには、想定とは異なるエリア、年齢等をターゲットとした方がより効果的であると考察した場合は、当市とターゲットの見直しを協議するものとする。なお、協議の際はその考察に至ったデータ根拠を示し、助言、提案すること。

5 委託業務の内容

委託する業務の内容は、次のとおりとする。なお、業務の遂行にあたり、事業を円滑に進められるよう、具体的な取組については、網走市と協議の上、実施すること。

(1) 業務内容

A：国内プロモーション業務

- ① トレンドに合った縦型動画の作成
- ② 広告配信業務
- ③ プロモーション全体における分析・来年度への改善提案業務

B：海外プロモーション業務

- ① トレンドに合った縦型動画の作成
- ② インバウンド向け広告配信業務
- ③ プロモーション全体における分析・来年度への改善提案業務

C：マーケティング業務(国内・海外)

- ① 来訪計測調査・BrandLift調査
- ② ダッシュボード構築業務
- ③ 分析・効果改善業務

【その他業務の提案】

- ・ 本事業の目的を達成するために、より効果的である業務の提案がある際は、その考察に至ったデータ根拠を示し、提案すること。

(2) 業務内容詳細

A：国内プロモーション業務について

① トレンドに合った縦型動画の作成

本事業におけるターゲットを意識し、スマートフォンで見られることを意識した縦型動画を制作すること。活用方法としては、WEBサイト上のコンテンツにおけるイメージの補足として活用、本市観光Instagramアカウントでの活用、将来的にはTikTokなどでの活用などを検討しており、その狙いに合った制作方法を意識すること。

提案時には取り上げる内容や制作のポイント、本数・スケジュールを提案すること。なお、動画の本数は、最低5本制作すること。

② 広告配信業務

(1) 受託者による広告運用計画の作成

- ・次に掲げる事項を盛り込んだ「広告運用計画」を作成し、契約締結後速やかに市に提出し、説明のうえ、承認を得ること。

【広告運用計画に盛り込むべき事項】

(ア) 本業務を通じたカスタマージャーニー

本業務におけるターゲットを元に本業務を通じたカスタマージャーニーを設定する。

(イ) 事業期間を通じた広告の運用方針 カスタマージャーニーに基づき、以下を設定する。

A) 広告手法(デジタル広告、アナログ広告等)

B) 掲出プラットフォーム(Google、Instagram、YouTube等)

C) 各広告(ディスプレイ広告、検索連動型広告、動画広告等)

D) 各広告(上記C)の経緯配分のバランス方針

E) 各広告(上記C)の具体的な運用方法

F) 運用スケジュール

(ウ) 情報発信コンテンツ(広告クリエイティブ)の作成方針

(エ) 広告効果の検証及び運用の見直し方法

(オ) 配信シミュレーション

(※なお、配信シミュレーション自体は評価の対象とはならないが、なるべく想定値に近いもので作成すること)

(カ) その他必要な事項

- ・ 広告の配信に関しては、夏の観光と冬の観光を訴求することを検討しており、夏は関東と中部、冬は関東をそれぞれターゲットエリアとして検討している。

(2) 広告の運用管理

- ・ 広告運用のターゲットは、メインターゲットを20代~40代の世代とし、サブターゲットを40代以上の男女とする。
- ・ 広告は、ディスプレイ広告、検索連動型広告、動画広告等の各手法を用いて、ターゲット層への情報発信を行うこと。手法やその組み合わせ方法等は、ユーザーの態度変容を意識し提案すること。
- ・ 広告期間は令和7年3月31日までとする。
- ・ 透明性確保、費用対効果の明確化のため、広告費用のうち、広告媒体原価と管理運用費は分けて見積もること。
- ・ 本委託事業の広告運用により、メディアや SNS に関係記事や投稿が掲載された際の露出成果や認知効果については、広告費に換算して市に報告すること。
- ・ 災害時など緊急時において、広告を急遽停止する必要がある場合は、速やかに対応すること。
- ・ ディスプレイ広告におけるバナー作成は、(3)に記載の通り作成するが、動画広告に活用する動画に関しては、網走市で用意する。

(3) クリエイティブ制作

- ・ 広告配信に必要な、クリエイティブ制作を実施すること。なお広告はTOPページへ流入、各ページへの流入などを意識したものを、活用するメディアに合わせて制作すること。
- ・ 本事業においてターゲットとなるユーザーへの訴求点として、どの訴求が刺さるのかを検討できるような、制作物を検討すること。なお、バナーの本数は、最低8本制作すること。(活用する広告プラットフォームごとに、リサイズやコピーの用意なども実施すること)

(4) 予算配分

- ・ 国内プロモーション業務については、予算を12,452,000円とする(消費税、地方税込み)
- ・ プロモーション業務の予算の範囲内で、配分は提案すること。なおこの後記載する、マーケティング業務(国内・海外)を実行できるような配分を考慮すること。

③ プロモーション全体における分析・来年度への改善提案業務

- ・ プロモーション終了時には単なる結果の報告だけでなく、本事業における改善点や来年度以降に実施したほうが良い施策などをロジカルに提案すること。

B：海外プロモーション業務について

① トレンドに合った縦型動画の作成

- ・本事業におけるターゲットを意識し、スマートフォンで見られることを意識した縦型動画を制作すること。活用方法としては、WEBサイト上のコンテンツにおけるイメージの補足として活用、本市観光Instagramアカウントでの活用、将来的にはTikTokなどでの活用などを検討しており、その狙いに合った制作方法を意識すること。提案時には取り上げる内容や制作のポイント、本数・スケジュールを提案すること。
- ・本事業のターゲット国に合わせて出演者などを検討し、各ターゲット国に受け入れられやすい構成となるよう考慮すること

② インバウンド向け広告配信業務

(1) 受託者による広告運用計画の作成

- ・次に掲げる事項を盛り込んだ「広告運用計画」を作成し、契約締結後速やかに市に提出し、説明のうえ、承認を得ること。

【広告運用計画に盛り込むべき事項】

(ア) 本業務を通じたカスタマージャーニー

本業務におけるターゲットを元に本業務を通じたカスタマージャーニーを設定する。

(イ) 事業期間を通じた広告の運用方針 カスタマージャーニーに基づき、以下を設定する。

A) 広告手法(デジタル広告、アナログ広告等)

B) 掲出プラットフォーム(Google、Instagram、YouTube等)

C) 各広告(ディスプレイ広告、検索連動型広告、動画広告等)

D) 各広告(上記C)の経緯配分のバランス方針

E) 各広告(上記C)の具体的な運用方法

F) 運用スケジュール

(ウ) 情報発信コンテンツ(広告クリエイティブ)の作成方針

(エ) 広告効果の検証及び運用の見直し方法

(オ) 配信シミュレーション

(※なお、配信シミュレーション自体は評価の対象とはならないが、なるべく想定値に近いもので作成すること)

(カ)その他必要な事項

- ・ 広告の配信に関しては、冬の観光を訴求することを検討している。

(2) 広告の運用管理

- ・ 広告運用のターゲットは、メインターゲットを20代~40代の世代とし、サブターゲットを40代以上の男女とする。
- ・ 広告は、ディスプレイ広告、検索連動型広告、動画広告等の各手法を用いて、ターゲット層への情報発信を行うこと。手法やその組み合わせ方法等は、ユーザーの態度変容を意識し提案すること。
- ・ 広告期間は令和7年3月31日までとする。
- ・ 透明性確保、費用対効果の明確化のため、広告費用のうち、広告媒体原価と管理運用費は分けて見積もること。
- ・ 本委託事業の広告運用により、メディアや SNS に関係記事や投稿が掲載された際の露出成果や認知効果については、広告費に換算して市に報告すること。
- ・ 災害時など緊急時において、広告を急遽停止する必要がある場合は、速やかに対応すること。
- ・ ディスプレイ広告におけるバナー作成は、(3)に記載の通り作成するが、動画広告に活用する動画に関しては、網走市で用意する。

(3) クリエイティブ制作

- ・ 広告配信に必要な、クリエイティブ制作を実施すること。なお広告はTOPページへ流入、各ページへの流入などを意識したものを、活用するメディアに合わせて制作すること。
- ・ 本事業においてターゲットとなるユーザーへの訴求点として、どの訴求が刺さるのかを検討できるような、制作物を検討すること。なお、バナーの本数は、最低6本制作すること。(活用する広告プラットフォームごとに、リサイズやコピーの用意なども実施すること)
- ・ ターゲット国のそれぞれの言語に合わせて、クリエイティブを制作すること。

(4) 予算配分

- ・ 海外プロモーション業務については、予算を8,844,000円とする(消費税、地方税込み)
- ・ プロモーション業務の予算の範囲内で、配分は提案すること。なおこの後記載する、マーケティング業務(国内・海外)を実行できるような配分を考慮すること。

③ プロモーション全体における分析・来年度への改善提案業務

- ・プロモーション終了時には単なる結果の報告だけでなく、本事業における改善点や来年度以降に実施したほうが良い施策などをロジカルに提案すること。

C：マーケティング業務(国内・海外)について

① 来訪計測調査・BrandLift調査

- ・来訪者数の計測にあたっては、位置情報サービス等を活用し、現地への来訪数を計測手法の一つとして、活用すること。なお、国内プロモーションにおける動画広告配信に関しては来訪計測調査を必須とする。
- ・BrandLift調査は、可能な限り実施すること。なお、国内プロモーションにおいて、夏の中部への動画広告配信。海外プロモーションについては、香港とシンガポールへの動画広告配信配信に関しては、BrandLift調査を必須とする。

② ダッシュボード構築業務

- ・データの利活用を想定した、マーケティングダッシュボードに関する提案を実施すること。
- ・なお、ダッシュボードについては、市側の意向も踏まえ、契約期間中は可能な限り修正を行うこと。
- ・ダッシュボードに取り込む内容は、プロモーション全体の成果検討・改善ポイントの発見を目的としたものとし、指標や構成、想定される活用方法を提案すること。
- ・契約期間終了後も活用することを想定し、契約終了後のランディングコストも参考地として提示すること。

③ 分析・効果改善業務

- ・本業務により配信する広告のインプレッション数、クリック数、クリック率、クリック後の行動等を閲覧者の属性(地域、性別、年代や興味関心等)ごとに適宜分析しながら、検索広告、ディスプレイ広告におけるキーワード等設定の見直しについて、市に協議すること。特に、計測開始から2週間経過後、初動の結果報告や今後の対策についての説明を会議等により行うこと。
- ・広告の運用状況及びそれに基づく分析結果、運用の見直し方法及び結果等について、広告の配信開始後、1か月に1回以上月次報告書としてとりまとめを行い市に報告すること。なお本提案時には、そのレポート雛・レポート方法について、提案すること。

- ・効果改善においては、広告の配信結果を単純に記録するものではなく、WEBサイトのユーザーの行動結果も踏まえ、どのようなメディア選択、配信設計変更などを行うべきかをコメントし、実行すること。本プロポーザルにおける提案時には、提案が必要なケースを想定し、その状況に応じた改善方法提案することを想定した、改善例を提案すること。
- ・報告の際、必要に応じて運用の見直し等についての提案を行うこと。なお、提案は理解しやすいものを必須とし、理解が難しいものは再提出を指示する。
- ・その他、別紙「デジタルプロモーション実施時における留意事項」に従うこと。
- ・効果改善を行うための、タグマネージャーの設定、Googleアナリティクスの各設定などをおこなうこと。

6 成果物及び提出物

(1)広告クリエイティブ

- ・本業務により制作した広告クリエイティブは、制作完了後、データにて納品すること。なお、本業務により制作した画像の著作権の取扱いは、次のとおりとする。
- ・受託者は、成果物に付与される著作権法(昭和45年法律第48号)第21条から第28条に規定する権利を、第13条第 2項の規定による引渡しと同時に甲に無償で譲渡するものとする。
- ・市は、著作権法第20条第2項第3号又は第4号に該当しない場合においても、その使用のために、受託者の同意無しに仕様書で指定する成果物を改変し、任意に公表できるものとする。
- ・受託者は、網走市の書面による事前の同意を得なければ、著作権法第18条及び第19条の規定を行使することができない。

(2)報告書

- ・広告配信の完了後、以下の内容を含んだ報告書を提出すること。
 - (ア)本業務にかかる効果検証分析レポート
 - (イ)本業務の分析結果により、来年度以降のターゲティング案とプロモーション戦略について、改善案と示唆

7 支払方法

委託業務完了後に受託者からの請求に基づいて行う。

8 その他業務実施上の条件

- (1) 受託者は、関係法令を遵守すること。本件に使用する映像、イラスト、写真、その他資料等について、第三者が権利を有するものを使用する場合、第三者との間で発生した著作権その他知的財産権に関する手続や使用権料等の負担と責任は、全て受託者が負うこと。
- (2) 受託者決定から契約締結の間に市と契約内容を詳細に協議すること。
- (3) 本業務において制作するイラスト、写真データ等について、著作権、その他一切の権利は網走市に帰属することとする。
- (4) 受託者は、本業務を行うにあたり、業務上知り得た秘密を他に漏らし、または自己の利益のために利用することはできない。また、委託業務終了後も同様とする。
- (5) 本業務の遂行にあたり、疑義が生じた場合は、市と十分協議すること。

デジタルプロモーション実施時における留意事項

1 Google Analytics のアカウント管理に関する業務

- (1) 当事業に関連するウェブサイトには、「本業務用 Google Analytics」の導入を必須とする。
- (2) 本業務用に導入した「本業務用 Google Analytics」上で、本施策における目標を設定すること。また、最終レポートには、結果の分析・改善策を必ず記載すること。
- (3) 各種アカウント作成時には、内容について網走市の承認を得ること。また、本業務において作成したアカウントについては、事業完了後に一切の権利を網走市に譲渡すること。

2 Google タグマネージャーによるタグ活用・コンテナ管理に関する業務

- (1) 当事業に関連するウェブサイトには、各種計測タグ、リマーケティングなどの施策に関わるタグを導入する際は、「Google タグマネージャー」を活用し、本業務用のコンテナ内でその管理を行うこと。
- (2) 受託者は、施策におけるタグ活用が確実に行われるよう、「Google タグマネージャー」でのタグ、トリガーアクションの設定及びタグの発火テストを実施し、その内容を網走市に報告すること。
- (3) 各種設定には、内容について網走市の承認を得ること。また、「Google タグマネージャー」での設定については、事業完了後に一切の権利を網走市に譲渡すること。

3 適正なデジタルプロモーションの実施

- (1) 透明性確保、費用対効果の明確化のため、広告媒体原価と管理運用費は分けて見積もること。
- (2) 「本業務用 Google Analytics」で施策効果を取得するため、網走市が別途指定するルールに基づき、各広告媒体タグのパラメータを設定及びデータの蓄積を行うこと。
- (3) 本業務に関連するウェブサイトには、同ウェブサイト内に網走市が指定するリマーケティングタグを設定し、訪問者データを蓄積すること。なお、タグの設定は、原則として「Google タグマネージャー」のコンテナ内で行うこと。
- (4) 広告運用開始後一週間以内に、本業務において取得すべきデータが取得できていることを確認し、網走市へ報告すること。

4 Google 広告を利用する場合

- (1)Google 広告運用を行う際は、網走市公式の MCC(マイクライアントセンター)及び「本業務用 Google Analytics」とリンクすること。
- (2)Google広告アカウント及び「本業務用Google Analytics」それぞれで、効果的と考えられるリマーケティングリストを設定し、網走市公式の MCC と共有すること。
- (3)Google が提供する無料調査(「ブランドリフト効果測定」等)が利用できる場合には、網走市とその調査項目等を協議の上、必要に応じて調査を実施すること。

5 SNS広告を利用する場合

- (1)網走市公式SNSのビジネスマネージャーや網走市が別途指定するSNSページに広告アカウントをリンクすること。
- (2)SNS広告を展開する場合は、網走市に対してアナリストの権限を付与すること。
- (3)ウェブサイト訪問者に対するSNSのリマーケティングの設定を行うこと。

6 動画広告を実施する場合

- (1) 網走市が今後もデジタルプロモーションを行うことを鑑み、動画視聴者のアクセス情報(動画視聴者リマーケティングリスト等)を蓄積すること。
- (2)YouTubeを利用する場合、YouTube チャンネルへの掲載にあたっては、動画タイトル、動画説明文、タグ、カテゴリ、公開範囲及びサムネイル等の必要な設定を行うとともに、効果的なSEO対策を行うこと。
- (3) 動画視聴に関するデータや効果的な広告手法を検討するため、Google広告を利用する場合は、YouTubeチャンネルと Google広告アカウントをリンクさせる こと。

7 その他

- (1) 広告運用に利用する各媒体のプライバシーポリシーを遵守すること。
- (2) 事業実施により取得した Cookie と受託者が保有する情報を結びつけて、個人情報(個人データ)とならないように留意すること。

機密保持及び個人情報保護に関する特記事項

(基本的事項)

第1条 乙は、機密情報（本契約に基づき相手方から提供を受ける技術情報及び行政の運営上の情報等で、秘密である旨を示されたもの。）及び個人情報（個人に関する情報であつて、特定の個人を識別することができるもの（他の情報と照合することにより、特定の個人を識別することができることとなるものを含む。）をいう。）（以下「機密情報・個人情報」という。）の保護の重要性を認識し、この契約による業務を行うに当たっては、人の生命、身体、財産その他の権利利益を害することのないよう、機密情報・個人情報の取扱いを適正に行わなければならない。

(秘密の保持)

第2条 乙は、この契約による業務に関して甲から提供を受けた機密情報・個人情報を他に漏らしてはならない。この契約が終了し、又は解除された後においても同様とする。

(収集の制限)

第3条 乙は、この契約による業務を行うために機密情報・個人情報を収集するときは、その業務の目的を明確にし、目的を達成するために必要な範囲内で、適法かつ適正な方法により行わなければならない。

※注 委託業務が機密情報・個人情報の収集をその内容としない場合、この規定は不要となる。

(複写又は複製の禁止)

第4条 乙は、甲の承諾があるときを除き、この契約による業務を行うため甲から提供を受けた機密情報・個人情報が記録された資料等を複写し、又は複製してはならない。

(安全管理)

第5条 乙は、この契約による業務を処理するため収集、作成した機密情報・個人情報又は甲から引き渡された電子媒体に記録された機密情報・個人情報を漏えい、き損及び滅失（以下「漏えい等」という。）することのないよう、当該機密情報・個人情報の安全な管理に努めなければならない。

2 乙は、甲が同意した場合を除き、前項の機密情報・個人情報を事業所内から持ち出してはならない。

- 3 乙は、機密情報・個人情報を取り扱う場所（以下「作業場所」という。）を特定し、あらかじめ甲に届け出なければならない。その特定した作業場所を変更しようとするときも、同様とする。
- 4 乙は、この契約による業務を処理するために使用するパソコンや電子媒体（以下「パソコン等」という。）を台帳で管理するものとし、甲が承諾した場合を除き、当該パソコン等を作業場所から持ち出してはならない。
- 5 乙は、この契約による業務を処理するために、私用のパソコン等を使用してはならない。
- 6 乙は、この契約による業務を処理するパソコン等に、ファイル交換ソフトその他機密、個人情報等の漏えい等につながるおそれがあるソフトウェアをインストールしてはならない。
- 7 乙は、機密情報・個人情報を、その秘匿性等その内容に応じて、次の各号に定めるところにより管理しなければならない。
 - (1) 金庫、保管庫又は施錠若しくは入退室管理の可能な保管室に保管すること。
 - (2) 電子データとして保存及び持ち出す場合は、可能な限り暗号化処理又はこれと同等以上の保護措置をとること。
 - (3) 保管・管理するためのシステムに対するアクセスを監視及び記録すること。
 - (4) 保管・管理するための台帳を整備し、機密情報・個人情報の受け渡し、使用、複写又は複製、保管、持ち出し、廃棄等の取扱いの状況等を記録すること。
 - (5) 盗難・漏えい・改ざんを防止する適切な措置を講じること。
 - (6) バックアップを定期的に行い、機密情報・個人情報が記載された文書及びそのバックアップに対して定期的に保管状況及びデータ内容の正確性について点検を行うこと。

(目的外利用及び提供の制限)

第6条 乙は、この契約による業務に関して甲から提供を受けた機密情報・個人情報を契約の目的にのみ利用するものとし、本契約期間中はもとより契約を解除又は終了した後といえども、他者へ提供若しくは譲渡し、又は自ら用いる場合であっても他の目的に利用してはならない。ただし、甲の指示又は承諾を得たときは、この限りでない。

(返却及び廃棄)

第7条 甲から引き渡された電子媒体に記録された機密情報・個人情報のほか、この契約による業務を処理するために甲の指定した様式により、及び甲の名において、乙が収集、作成、加工、複写又は複製した機密情報・個人情報は、甲に帰属するものとする。

- 2 乙は、委託業務完了時に、甲の指示に基づいて、前項の機密情報・個人情報を返還、廃棄又は消去しなければならない。
- 3 乙は、機密情報・個人情報を廃棄する場合、電子媒体を物理的に破壊する等当該機密、個人情報等が判読、復元できないように確実な方法で廃棄しなければならない。
- 4 乙は、パソコン等に記録された機密情報・個人情報を消去する場合、データ消去用ソフトウェアを使用し、通常の方法では、当該機密情報・個人情報が判読、復元できないように確実に消去しなければならない。
- 5 乙は、機密情報・個人情報を廃棄又は消去したときは、完全に廃棄又は消去した旨の証明書（情報項目、媒体名、数量、廃棄又は消去の方法、責任者、廃棄又は消去の年月日が記載された書面）を甲に提出しなければならない。
- 6 乙は、廃棄又は消去に際し、甲から立会いを求められたときはこれに応じなければならない。

（責任体制の整備）

第8条 乙は、機密情報・個人情報の安全管理について、内部における責任体制を構築し、その体制を維持しなければならない。

（業務責任者及び業務従事者の監督）

第9条 乙は、この契約による業務に関して機密情報・個人情報を取り扱う責任者（以下「業務責任者」という。）及び業務に従事する者（以下「業務従事者」という。）を定め、書面によりあらかじめ甲に報告しなければならない。業務責任者及び業務従事者を変更する場合も、同様とする。

- 2 乙は、業務責任者に、業務従事者が本件特記事項に定める事項を適切に実施するよう監督させなければならない。
- 3 乙は、業務従事者に、業務責任者の指示に従い本特記事項を遵守させなければならない。

（派遣労働者）

第10条 乙は、この契約による業務を派遣労働者によって行わせる場合、労働者派遣契約書に、秘密保持義務等機密情報・個人情報の取扱いに関する事項を明記しなければならない。その場合の守秘義務の期間は、第2条に準ずるものとする。

- 2 乙は、派遣労働者にこの契約に基づく一切の義務を遵守させるとともに、乙と派遣元との契約内容にかかわらず、甲に対して派遣労働者による機密情報・個人情報の処理に関する責任を負うものとする。

(教育の実施)

第11条 乙は、業務責任者及び業務従事者に対し、この契約による業務に関する情報を取り扱う場合に遵守すべき事項、関係法令に基づく罰則の内容及び民事上の責任その他委託業務の適切な履行のために必要な事項に関する教育又は研修を実施しなければならない。

(意見聴取)

第12条 甲及び乙は、法令（甲の情報公開条例を含む。）に基づき相手方の機密情報が記載された文書の提供又は提出の請求がなされた場合には、法令の趣旨に則り、提供又は提出に関し、相手方に対し意見を述べる機会又は意見書を提出する機会を設ける等、提供又は提出に係る手続上の保障を与えるものとする。

(知的財産権)

第13条 乙は、甲が行う機密情報の提供は、乙に対して現在又は今後、所有又は管理するいかなる特許権、商標権その他の知的財産権の使用権及び実施権を付与するものではないことを確認する。

(対象外)

第14条 甲及び乙は、次の各号に該当する情報は、機密情報として扱わないことを確認する。ただし、機密情報に該当しないことはこれを主張する側において明らかにしなければならないものとする。

- (1) 提供時点で既に公知であった情報、又は既に保有していた情報
- (2) 提供後、受領者の責めに帰すべからざる事由により公知となった情報
- (3) 正当な権限を有する第三者から適法に入手した情報
- (4) 機密情報を利用することなく独自に開発した情報
- (5) 保持義務を課すことなく第三者に提供した情報

2 個人情報の取扱いにおいては、甲及び乙は前項を適用しない。

(契約内容の遵守状況の報告)

第15条 甲は必要があると認めるときは、乙に対し、この契約による業務に関する機密情報・個人情報の管理状況及び情報セキュリティ対策の実施状況について報告を求めることができる。

(事故発生時の対応)

第16条 乙は、この契約による業務の処理に関して機密情報・個人情報の漏えい等があった場合は、当該漏えい等に係る機密情報・個人情報の内容、数量、発生場所、発生状況等を甲に速やかに報告し、その指示に従わなければならない。

2 乙は、前項の漏えい等があった場合には、速やかに被害を最小限にするための措置を講ずるとともに、前項の指示に基づいて、当該漏えい等に係る事実関係を当該漏えい等があった個人情報の本人に通知し、又は本人が容易に知り得る状態にする等の措置を講ずるものとする。

3 乙は、甲との協議の上、二次被害の防止、類似事案の発生回避等の観点から、可能な限り当該漏えい等に係る事実関係、発生原因及び再発防止策の公表に努めなければならない。

(監査、調査等)

第17条 甲は、必要があると認めるときは、乙が処理するこの契約による業務に係る機密、個人情報等の取扱い状況について、随時監査、調査等することができる。