

## 大学生等への情報発信事業業務委託仕様書

### 1 事業の目的

本事業は、県内就職を検討する大学生等（以下「学生等」という。）に対し、カスタマーライフサイクル（以下「CLC」という。）に基づいた戦略的な情報発信を行うことで、学生等の心理的な障壁を取り除き、県内就職への意思決定を促進することを目的とする。

学生等向け情報発信手段として Instagram、LINE、秋田県就活情報サイト「KocchAke!（こっちゃけ!）」（以下「こっちゃけ!」という。）を相互に連携させた情報発信の展開を想定しており、本事業では Instagram を「認知・きっかけ」の入口とし、Instagram での発信を通じてターゲットである学生等との「ゆるやかな繋がり」を構築し、より密なコミュニケーションや継続的な情報提供が可能となる LINE 及び「こっちゃけ!」への登録へと確実に誘導するための Instagram 運用を委託するものである。

### 2 業務の委託期間

契約締結の日から令和9年3月31日までとする。

### 3 当課が保有する学生向け情報発信ツール

#### (1) Instagram

「KocchAke!（こっちゃけ） | 秋田県就活情報サイト」 (@kocchake\_akita)

#### (2) LINE

「みっけ隊！秋田 | 仕事×暮らし」 (@mikketaiakita)

#### (3) 秋田県就活情報サイト「KocchAke!（こっちゃけ!）」

URL : <https://kocchake.com/>

### 4 本業務におけるターゲット

本事業におけるターゲットは、以下のとおりとする。

#### (1) ターゲットの全体像

ア 属性：将来的に秋田県内への就職の可能性がある学生等

イ 特性別区分：

(ア) 県内大学等進学者（地元定着ターゲット）：県内での生活に馴染みはあるが、仕事面での魅力やキャリアパスが見えず、現状維持に留まっている層。

(イ) 県外大学等進学者（Uターンターゲット）：就職＝都市部という固定観念が強く、情報不足により県内就職が検討の選択肢から外れている層。

#### (2) 県内・県外大学生等別の CLC

ア 県内大学等進学者（地元定着ターゲット）

【戦略コンセプト：漠然とした不安を「秋田での具体的なキャリアイメージ」へと変える】

CLC フェーズ	現在の思考	本事業のアプローチ戦略（例）	変容後の思考
認知・関心 （1～2年生）	・就活はまだ先 ・秋田にどんな会社があるか知らないし興味も薄い	・秋田の若手社員の「リアルな家計簿」や、充実した「趣味・休日」を配信。 ・親しみやすいトーンで「実は面白い県内企業」を認知させる。	「秋田で楽しそうに働く大人が意外と多いことに気づいた」
検討・比較	・公務員以外に良い選択肢はあ	・「ゆるい業界研究」や企業紹	「秋田の民間企業も面白そう。」

(3年生春～)	る？ ・何から就活をスタートすればいいか不明	介動画を配信。大手サイトにはない、現場の「人」や「空気感」が伝わる情報で、インターンシップ等の応募意欲を高める。	自分の価値観に合う場所を探してみたい
体験・接触 (3年生夏～4年生春)	・インターンシップはハードルが高い ・実際の職場の雰囲気は？	・インターン参加者の生の声をリアル動画等で配信。 ・就活応援ポイントキャンペーン(当課別事業)等の特典をフックにLINE登録及びイベントへ誘導。	「実際に社員と触れ合い、秋田で働くリアルな実感が持てた」
意思決定 (4年生春～)	・本当にこの決断で後悔しないか ・親や周囲に胸を張って言えるか	・内定者座談会や、奨学金返還助成等の実利情報を発信。 ・決断の正しさをロジックと感情の両面で裏付け、入職前の不安を解消する。	「納得して秋田を選んだ。この場所で自分らしく働いていく自信が持てた」

### イ 県外大学等進学者 (Uターンターゲット)

【戦略コンセプト：都市部への「デフォルト設定」を解除し、「合理的な選択肢としての秋田」を提示する】

CLC フェーズ	現在の思考	本事業のアプローチ戦略 (例)	変容後の思考
認知・関心 (1～2年生)	・就職＝東京 (デフォルト) ・秋田は帰省してリフレッシュするだけの場所	・「東京 vs 秋田」のコスト比較や、AKITA LOUNGE (※1) の様子を配信。潜在的な「地元への安心感・繋がり」を刺激する。	「一度出たからこそ、秋田の生活の質 (QOL) に価値を感じるようになった」
検討・比較 (3年生春～)	・わざわざ秋田に戻って活動するのはコストがかかる。県外企業で十分。	・オンライン説明会や「こまち就活エクスプレス (※2)」の利便性を強調。 ・都市部企業に負けない先進的企業を紹介し、県内就職への並行エントリーを促す。	「オンラインや交通費の助成があるなら秋田の就活も並行しやすい。一度覗いてみよう」
体験・接触 (3年生夏～4年生春)	・秋田に戻るとキャリアが停滞するのではないか ・面白い仕事がない	・帰省に合わせた県内イベント情報や、Uターン就職した先輩の「決め手」を動画で紹介。心理的・物理的な距離の壁をInstagramで取り除く。	「秋田にも挑戦できる環境がある。むしろ自分を活かせるかもしれない」
意思決定 (4年生春～)	・家族の近くにいたい、将来への不安 (給与・キャリア) が残る	・奨学金支援や地方就職支援金等の具体的なメリットを総まとめ。 ・Uターンという決断を客観的な「正解」として肯定する。	「安心感だけでなく、納得して秋田を選んだ。この場所で自分らしく働いていく自信が持てた」

※1 認知・関心層の学生と先輩社会人による大規模でカジュアルな交流イベント。(R7年度名称)

※2 秋田新幹線こまち内で実施する、業界研究イベント。

## 5 チャネル設計・動線設計

本事業では、Instagramを「認知・きっかけ」の入口とし、LINEを「関係維持」、「こっちゃけ！」を「行動促進」の出口とする3層構造の導線を構築する。本事業の業務範囲は、この動線の導入となる「Instagramの運用」を主軸とし、後続のチャネルへの効果的な誘導を設計することである。

### (1) チャネル別の役割定義

学生のCLCに基づき、各チャネルで以下の役割を担う。

チャンネル	役割	主な機能・期待するアクション
Instagram	認知拡大・きっかけ	秋田で働くポジティブなイメージを醸成し、プロフィールやハイライトのリンク（LINE 等）へ誘導する。
LINE	囲い込み・情報提供	属性に合わせたプッシュ通知を行い、個別具体的な検討を促す。
就活情報サイト「KocchAke!（こっちゃけ!）」	行動促進・マッチング	企業のお気に入り登録や、インターンシップ等の具体的な申込を完了させる。

## (2) 具体的な連動設計

学生を「離脱させない」ための3つのステップを下図のとおり設計する。



## 6 委託業務の内容

### (1) 取材・撮影・学生ネットワーク構築

- 取材先については、県との協議の上決定する。
- 取材の際は、事前に受託者がアポイントを取ることを。
- 取材・撮影にあたっては、本事業のターゲット「4」を踏まえ、学生の主体的な関与を促し、学生の声を反映させた企画とするなど、工夫を凝らした情報発信を行うこと。併せて、個別企画の終了後を含め、本委託期間中は、企画に参画した学生や取材対象となった学生との関係を継続して学生ネットワークを構築し、本事業をはじめとする様々な県主催事業への協力を求めること。
- 学生協力者の役割は、素材（写真・動画）の提供、インタビューへの協力、企画案へのフィードバック等とし、受託者は年間10名程度を確保・管理すること。
- 謝礼の支払い（例：電子ギフト券等）が必要な場合は、事業費に含めて計上すること。なお、学生協力者が自身のSNSで発信を行う場合は、関係性の明示等、景品表示法（ス

テーマ規制) を遵守した適切な運用管理を徹底すること。

## (2) コンテンツ制作・投稿

4に提示したCLCの各フェーズに応じて、コンテンツを企画・制作すること。

### ア Instagram用フィード・リール動画

- ・ リール動画及びフィード投稿をそれぞれ月2件以上作成し、投稿すること。
- ・ なお、リール動画のリーチ力が高い現状を鑑み、リール動画については月2件を上回る積極的な投稿が望ましい。
- ・ 新規投稿を行った際は、速やかにストーリーズへのシェアを行い、フォロワーへの確実な周知と閲覧機会の確保を図ること。
- ・ 投稿内容については別紙1「投稿スケジュール・投稿内容案(イメージ)」を参考とすること。
- ・ 「給与」「仕事内容」「人間関係」「生活環境」など、学生が県内就職を選択肢として外しやすいボトルネックに対し、ポジティブな行動変容を促すコンテンツを制作・投稿すること。
- ・ 就活前の学生のみならず、就職が決まった後の学生が、後輩に県内就職を勧めたくなるような視点のコンテンツを盛り込むこと。
- ・ Instagramから、より自分にあった詳細な情報の取得が可能なLINEや、県内企業の情報やインターンシップ等の情報を掲載している「こっちゃけ！」へのスムーズな誘導動線を設計すること。

### イ UGC(ユーザー生成コンテンツ)の創出支援

学生が自発的に「こっちゃけ！」や、本事業に関連する情報を発信したくなる仕掛けを企画・実施すること。なお、受託者は、公式アカウントに届く通知(メンション、シェアの記録)(及びハッシュタグ検索)の結果を毎月集計し、報告すること。

<例>

- ・ 共有したくなる情報の提供:「秋田の家計簿」「親への説得用資料」など、友人に教えたくなる、または自分の備忘録としてストーリーズにシェアしたくなるコンテンツの制作。
- ・ 参加型企画の実施:アンケート、クイズ、または「秋田の就活あるある」へのコメント募集など、学生がリアクションしやすい運用を行うこと。

### ウ 「こっちゃけ！」登録者向けメルマガ

- ・ 「こっちゃけ！」の登録学生等に対し、ターゲットの属性を考慮し、その時々心理フェーズに合致した情報を届けるための会員限定メルマガ記事作成を行うこと(年5回)。
- ・ 配信時期は、原則として県が実施する就活イベント等の開催前とし、年間5回の適切なタイミングを県と協議の上決定する。
- ・ 記事の内容は、ターゲットの県内就職に向けた行動変容(「こっちゃけ！」サイト訪問、イベント申込、LINE登録等)を促すものとする。
- ・ 制作にあたっては、アで制作した素材を有効に活用し、媒体間で一貫性のあるメッセージ発信を行うこと。
- ・ 読者が詳細情報へ遷移したくなるような興味を惹くタイトル(件名)やリード文を工夫し、視覚的にも読みやすい構成案を提示すること。
- ・ 1回あたりの文字数は概ね500文字程度を目安とするが、形式的な文字数の確保より

も、情報の有益性、鮮度、及びターゲットへの訴求力を優先とすること。

<メルマガ記事例>

- ・ 県内企業の先進的な取組や、若手社員のリアルな働く姿の紹介
- ・ 学年別の就活スケジュールに合わせたアドバイスや支援制度の解説
- ・ Instagram で反響の大きかったコンテンツの深掘り情報

### (3) 分析・報告

#### ア 月次報告及び企画会議

- ・ 前月の詳細分析レポートを作成し、翌月の投稿案（ラフ構成）の確認に合わせ、原則として月1回オンラインによる定例ミーティングを実施すること。
- ・ 報告内容には、Instagram のインサイト分析に加え、学生の反応に基づいた改善提案を含めること。

#### イ 随時報告

- ・ 運用状況について、県から進捗状況の提出を求められた際は、随時対応すること。

### (4) その他

#### ア コメント・ダイレクトメッセージ（DM）への対応

##### (ア) モニタリング及びアラート体制

- ・ ユーザーからのアクション（コメント、DM等）について、原則として開庁日の毎日モニタリングし、情報の鮮度を保つように努めること。
- ・ 投稿に対する好意的な簡素や共感のコメント等については、適宜「いいね」等のリアクションを行い、ユーザーのファン化及び接点構築に努めること。
- ・ 土日祝日分に発生したリアクションについては、翌営業日の午前中までに速やかに遡及して内容を精査・抽出し、県へ一括して報告すること。

##### (イ) 返信対応及びリスク管理

- ・ ユーザーからの質問、意見、具体的な相談等があった場合、速やかに内容を抽出し、県へ報告すること。当該質問等についての回答及び個別対応は、原則として県が直接行う。
- ・ 誹謗中傷等の不適切な書き込みが確認された場合、速やかに県に報告し、県の指示のもと非表示・ブロック等の適切な処置を行うこと。

##### (ウ) その他

- ・ 指定のハッシュタグを付して投稿している一般ユーザーを能動的に検索し、「いいね」等のリアクションを行うことで、一般ユーザーとの接点構築及びUGCの促進を図ること。
- ・ 質問事項等は後日の投稿内容に反映させるよう努めること。

## 7 数値目標（KPI）

本事業における Instagram 運用の成果は、単なるフォロワー数のみならず、LINE への誘導数、及びユーザーによる情報の拡散（UGC）を総合的に判断して評価する。

### (1) LINE 新規友だち登録数・「こっちゃけ！」登録者数（大学生等）：年間各 200 名

- ・ 本数値は、県が実施するイベントや他施策を含めた全体目標であるが、受託者は Instagram での告知・誘導を通じて、この目標達成に最大限寄与すること。

### (2) Instagram 経由での LINE 登録への誘導数及び「こっちゃけ！」への遷移数（直接成果指標）：年間 3000 アクセス以上

- ・ Instagram のプロフィールリンク、またはストーリーズ等に設置した計測用リンク（パラメータ付 URL 等）を経由し、LINE 登録画面や「こっちゃけ！」へ遷移した数。

上記（１）のうち SNS・WEB 経由での新規登録 100 名を確実にするため、想定される転換率（CVR：3%強）から逆算し、入口となるアクセス数を 3,000 セッションと設定した。

（３）Instagram フォロワー数増：年間 450 名以上

- ・ ターゲット属性（10 代～20 代）に合致する新規フォロワーの獲得数。  
ターゲットへの継続的なリーチを維持し、「秋田で働く」を自分事化させるための情報発信基盤（認知の分母）として設定。

（４）平均エンゲージメント数（保存数・いいね数）：合計 100 件以上／投稿

- ・ 学生が「後で見返したい」「自分事である」と感じる有益な情報を提供できているかの指標とする。特に保存数は LINE 登録等への先行指標として重視する。

## 8 投稿内容の承認フロー及び業務項目一覧

（１）投稿内容の承認フロー

正確かつ県の公式アカウントとしてふさわしい情報の発信を担保するため、受託者は次の月次サイクルを基本とし、投稿内容の県の承認を得るものとする。

ア ラフ構成（月次構成及び投稿案）の確認（構成・方向性の合意）：

投稿テーマ、狙い、画像イメージ（ラフ）、キャプションの骨子を提出し、企画意図や構成に大きなズレがないかを確認。

イ 内容確認及び修正指示：

県は提出されたラフ構成を確認し、必要に応じて修正を指示する。

ウ 投稿案提出：

1 投稿につき、画像、動画素材、キャプション案、ハッシュタグ、遷移先 URL を網羅した構成案を次月分提出すること。

エ 内容確認及び修正指示：

県は提出された構成案を確認し、必要に応じて修正を指示する。ここでは、誤字脱字や公序良俗に反しないか、権利関係等を侵害していないかのネガティブチェックを主眼とし、原則としてこの段階での大幅な構成変更は行わない。

オ 最終承認及び予約設定完了：

修正内容を反映させ、県の最終承認を得た上で、配信予約設定を完了させること。

フロー	ア ラフ構成の 確認	→	イ 内容確認及び 修正指示	→	ウ 投稿案提出	→	エ 内容確認及び 修正指示	→	オ 最終承認及び 予約設定完了
〆切	前々月末日 まで		前月 5 日 まで		前月 15 日 まで		前月 20 日 まで		前月 28 日 まで

（２）業務項目一覧

本業務の項目及び役割分担については、別紙 2 に示すとおりとする。

## 9 実施体制

（１）実施体制の構築

- ・ 本業務を確実に実施・履行する組織体制（業務従事の体系図・責任者・役割分担等）及び連絡体制を示すこと。

なお、配置にあたっては、SNS マーケティングに関する高度な専門知識及び実務経験

を有する「プロジェクト責任者」を配置し、投稿作成にあたってはターゲットの心理変容を捉えたクリエイティブを制作できる専任の「制作担当者」をそれぞれ配置すること。

## (2) 連絡・協議体制

- ・ 必要に応じて、随時ミーティングを実施できる体制を構築すること。開催方法は提案によるものとする。
- ・ 業務実施にあたっての日常的な連絡体制を構築し、事前に提出すること。
- ・ 緊急時やリスク発生時等のトラブルが発生した際、直ちに県へ報告し、協議の上で対応を決定するための緊急連絡先を事前に提出すること。

## (3) プロジェクト管理及びスケジュール管理

### ア 進行管理表（ガントチャート等）の作成と共有

本業務は、県（マーケティング担当部署等を含む）との協議を通じて随時内容を改善しながら進行する。そのため受託者は、事業全体のタスクや進捗状況を可視化した「進行管理表（ガントチャート等）」を作成し共有すること。作成にあたっては、受託者の過度な管理負担とならないよう、過度に詳細な作業分解（WBS）は必須とせず、実務の進行管理に必要な適切な粒度とすること。

### イ 県による確認・調整期間（マイルストーン）の明記

進行管理表には、「県による確認・調整・フィードバックのタイミング（マイルストーン）」を明確に組み込むこと。その際、成果物等の提出から、県庁内における確認・調を経てフィードバックを行うまでの期間として、各フェーズにおいて原則として5営業日程度を見込んでスケジュールを構築すること。

### ウ 進捗・課題管理と柔軟な計画見直し

県は受託者からの提案や成果物に対し適宜フィードバックを行い、庁内調整等の経緯を記録・管理する。受託者はこれらの方針変更や改善指示に対し、県と協議の上、柔軟かつ機動的に進行管理表の見直し・修正を行うこと。

### エ キックオフ会議の実施とリスク管理

受託者は、契約締結後速やかに県とキックオフ会議を実施し、本仕様書に基づく進行管理表（マイルストーンや確認期間を含む）、報告・連絡体制、及びプロジェクト進行上想定されるリスクとその対応策について、県と協議の上、共通理解を図ること。

## 10 契約・権利・その他

### (1) 著作権の帰属

- ・ 本業務の遂行にあたって作成した成果物（投稿用画像、動画、テキスト、分析レポート等）の著作権（著作権法第27条及び第28条に規定する権利を含む）は、県に帰属するものとする。
- ・ 受託者は、成果物に関し、県及び県が指定する第三者に対して、著作者人格権を行使しないものとする。投稿に使用する写真、イラスト、BGM等の素材について、第三者が権利を有するものを使用する場合は、受託者の責任と費用負担において、本業務の目的（二次利用を含む）に即した適正な利用許諾を得るものとする。
- ・ 成果品については、第三者の知的財産権を侵害していないことを保証すること。なお、第三者が有する知的財産権の侵害の申し立てを受けたときには、受託者の責任（解決による一切の費用負担を含む。）において解決すること。

### (2) 再委託等の制限

- ・ 受託者は、本業務の全部を一括して再委託することはできない。ただし、あらかじめ県と書面にて協議し、県が承認した場合に限り、業務の一部を第三者に再委託することができる。

- ・ 本業務の一部を第三者に再委託した場合も、受託者において再委託先が担う業務等の進行管理を行い、連携可能な体制を整えること。県から進捗状況等について報告を依頼した場合は、速やかに対応すること。
  - ・ 再委託先が業務の遂行過程において引き起こした一切の事故（誤投稿、機密情報の流出、SNS上での炎上、第三者の権利侵害等）についても、受託者が全ての責任を負い、事態の收拾を図るものとする。
- (3) 機密保持と個人情報の取扱
- ・ 受託者は、本業務を通じて知り得た情報（未公開の行政情報等）を、第三者に漏らし、又は本業務以外の目的に使用してはならない。本業務終了後も同様とする。
  - ・ 受託者は、本業務の実施にあたり個人情報の保護に関する法律及び本県の規定を遵守すること。
- (4) 情報セキュリティ
- ・ 受託事業者の責任者、作業者の所属については個人情報取扱特記事項で定めた届出に準ずるものとする。
  - ・ 県が導入している分析ツール等のアクセスの範囲は、以下の内容とする。また事業完了後はその権限付与を停止することとする。
    - ① Meta Business Suite (Instagram インサイト)
    - ② Google Analytics (GA4)
    - ③ その他、必要に応じ県が付与した権限におけるデータ
  - ・ 上記分析ツール等で取得したデータの目的外利用、第三者への提供、本事業以外の自社事業への流用を禁止する。
  - ・ 成果物納品および事業報告書提出後に受託者は本事業で収集したデータを破棄すること。
  - ・ 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。
  - ・ 本事業の業務の処理に関して情報セキュリティインシデントが発生した場合は当該インシデントの発生に係る帰責の有無に関わらず情報の内容、発生状況等を速やかに報告し、その指示に従うこと。インシデント発生時の責任体制は個人情報に係る事故発生時のそれに準じることとする。
  - ・ 県は情報セキュリティインシデントに関する情報を公表することができるものとする。
- (5) 実績報告及び成果品の引き渡し
- ・ 委託業務が完了したときは、遅滞なく県に対して委託業務完了届、実績報告書のほか、情報発信・運用実績（Instagram の投稿実績、フォロワー数・エンゲージメント数等の各種 KPI の達成状況、LINE・「こっちゃけ！」への誘導数、UGC の発生状況、取材協力学生数、アンケート結果、問い合わせ・コメント対応状況等）の詳細な報告書、及び最終的な実施経緯を反映した進行管理表を作成し、提出すること。また、その他県が指示する資料等を提出すること。
  - ・ 事業の完了報告に際し、本業務で制作した全てのクリエイティブデータ（投稿用画像、動画、テキスト原稿等）及び各種報告書一式を、令和9年3月31日までに提出・納品しなければならない。
  - ・ なお、将来的に県が成果物を自ら編集・加工して利用できるよう、静止画におけるレイヤーが保持された編集可能データ（AI、PSD 形式等）や、動画におけるプロジェクトファイル一式など、編集可能な元データについても併せて納品しなければならない。
  - ・ 成果品は、県が公表、二次的利用が可能となるよう、権利関係に関する調整を行うこと。

(6) 概算払

- ・ 受託者は、県との協議により定めた金額の範囲内において、委託料の概算払を請求することができる。
- ・ 県は、受託者から概算払の請求を受けたときは、その支払をするものとする。

(7) その他留意事項

- ・ 業務内容の実施に当たっては、企画提案内容に基づき県と協議を行い、双方合意した内容により行うものとする。
- ・ 本仕様書に定めのない事項で、かつ、業務遂行上必要となる事項については、その都度、県と事前協議を行い、調整を図るものとする。

## 別紙1 Instagram投稿スケジュール・投稿内容案(イメージ)

基本方針:CLCに基づいた展開

◆リール:アルゴリズムによる「発見」を狙い、フォロワー外への認知を拡大。視覚的なインパクトや感情に訴える内容を中心に作成

◆フィード:複数枚の画像(カルーセル)で情報を整理。検討層への「納得」を目的とし、後で見返すための「保存」を促せるような有益情報を発信。

◆動線設計:ハイライトから公式LINEや「こっちゃけ!」へ確実に誘導。

6月				7月				8月				9月				10月			
週	対象	形式	投稿内容(例)	週	対象	形式	投稿内容(例)	週	対象	形式	投稿内容(例)	週	対象	形式	投稿内容(例)	週	対象	形式	投稿内容(例)
1週		取材・制作		1週	全	フィード	秋田の企業を「知る」第一歩(こっちゃけ検索術)	1週	3	フィード	有給取得率トップ5(県内企業ランキング)	1週	3	フィード	先輩大学生のリアルな就活状況レポート	1週	1・2	フィード	秋田vs東京:可処分所得のガチ比較
2週		↓		2週	3	リール	インターン直前!先輩たちの失敗談	2週	3	リール	先輩社会人インタビュー①	2週	3	リール	先輩社会人インタビュー②	2週	全	リール	秋田の「秋の遊び」と「仕事」のバランス
3週		↓		3週	3	フィード	【特集】夏休みに行ける県内インターンシップ	3週	1・2	フィード	秋田の「ゆるい」業界研究・クイズ編	3週	3	フィード	ユースエール認定(ホワイト企業)特集	3週	全	フィード	奨学金返還助成制度のメリット解説
4週	全	フィード	秋田で働く20代のリアルな家計簿	4週	1・2	リール	秋田の「人の良さ」を感じる職場の風景Vlog	4週	1・2	リール	夏休み、秋田でこれやってみた(ライフスタイル)	4週	3	リール	秋田で働く「良いギャップ」聞いてみた	4週	3	リール	先輩社会人インタビュー③
11月				12月				1月				2月				3月			
週	対象	形式	投稿内容(例)	週	対象	形式	投稿内容(例)	週	対象	形式	投稿内容(例)	週	対象	形式	投稿内容(例)	週	対象	形式	投稿内容(例)
1週	2・3	フィード	冬の業界研究会・インターンシップ案内	1週	2・3	フィード	就活イベント直前対策チェックリスト	1週	全	フィード	新年:自分に合う企業を探すコツ(こっちゃけ活用術)	1週	3	フィード	あきた企業連携型奨学金返還助成の対象企業特集	1週	3	リール	【速報】合同就職説明会・当日レポ
2週	2・3	リール	5秒でわかる!秋田のすごい企業特集	2週	1・2	リール	年末の秋田、社会人の過ごし方	2週	3	リール	就職を決めた先輩から先輩へのエール	2週	3	リール	1分で予習!県内注目企業ピックアップ 県としてこれいいのか	2週	3	フィード	面接で聞かれる「秋田への想い」対策
3週	全	フィード	秋田のリモートワーク・副業の最新事情	3週	4	フィード	4月から秋田で働く。今の「本音」	3週	3	フィード	3月解禁までにやっておくべき3項目	3週	1・2	フィード	先輩に聞いた「低学年でやっつけば良かった」	3週	全	リール	次はあなたの番!R9就活スケジュール
4週	3	リール	先輩社会人インタビュー④	4週	全	リール	【総集編】保存数が多かった投稿TOP5	4週	3	リール	先輩社会人インタビュー⑤	4週	3	リール	合説、何着ていく?カバンの中身は?	4週	-	フィード	1年間の活動報告と感謝メッセージ

対象:数字は学年を表す。全学年対象の場合「全」

別紙2 業務項目一覧

業務区分	業務内容	成果物	頻度・数量
固定業務			
Instagram 投稿コンテンツ制作	フィード・リール投稿の制作・配信	投稿コンテンツ一式	フィード・リール動画 それぞれ月2回以上(※1) (リール動画は多くても望ましい)
Instagram 運用・管理	コメント・DMの確認・「いいね」	対応記録	随時
取材・撮影	学生へのインタビュー及び素材撮影	写真・動画素材・原稿	県との協議により決定
メルマガ作成	「こっちゃけ！」登録者向けメルマガ記事作成	メルマガ原稿	年5回
分析・報告	インサイト分析及びミーティング	インサイト分析レポート	月1回程度
実績報告	年間KPI達成状況及び実施経緯の報告	業務実績報告書	完了時1回
提案			
投稿計画	就活カレンダーと連動した年間コンテンツ案	年間投稿計画書	契約後提出
UGC 創出支援	ストーリーズシェア等の拡散を促す企画・実施	企画構成案	—
学生連携	取材学生との関係維持・ネットワーク構築	学生リスト	随時