

検索連動型相談窓口広報業務仕様書（案）

1 目的

自殺願望を有する人は、心の中では「死にたい」という気持ちと、「生きたい」という気持ちとの間で激しく揺れ動いており、自殺の危険を示すサインを発していることが多いとされている。

インターネット検索サイトにおける「死にたい」「消えたい」「生きていたくない」等の検索には、こうしたサインに該当するものもあると言われていることから、インターネットの検索連動広告を活用し、自殺の危険を示すサインを捉え、相談窓口へ誘導する。

また、自殺は、その多くが追い込まれた末の死であり、生活の現場で起きる様々な問題が深刻化したときに発生し、平均4つの要因が連鎖しているとする調査もある。

問題が深刻化する前に適切な相談窓口での相談を促すことが重要であることから、インターネットの検索連動広告を活用し、自殺のサインを早期に捉え、相談窓口を案内する。

2 委託期間

契約締結の日～令和7年3月31日

3 委託業務の内容

青木ヶ原樹海に関心を持った自殺念慮者へピンポイントで相談窓口を広報することにより、青木ヶ原樹海での自殺を回避するのみならず、当該自殺念慮者の自殺を防止する。

① 検索エンジン

- ・ Google
- ・ Yahoo!

② 検索ワード及び連動方法

- ・ 検索ワードは受託事業者からの提案等をもとに、県と受託事業者で協議して設定する。（「青木ヶ原樹海 死ぬ方法」「樹海 楽な死に方」「樹海 死に方」など）
- ・ 青木ヶ原樹海の自殺多発地域であるという負のイメージの払拭に取り組んでいることから、自殺とは関係ないワードと組み合わせて検索された場合には広告を表示させない（「青木ヶ原樹海 観光」「樹海 ウォーキング」など）。

③ 対象地域、年齢、性別

全国で年齢、性別問わず

④ 広告文

受託事業者からの提案をもとに、県と受託事業者で協議して設定する。

⑤ ランディングページ

<https://www.pref.yamanashi.jp/kenko-zsn/soudan/index.html>

⑥ 広告掲載期間

契約締結の日～令和7年3月31日

4 結果の報告

(1) 例月の報告

翌月10日までに、前月分についてキーワード毎の広告表示回数等をまとめたレポートを提出すること。

(2) 委託業務の完了報告

令和7年4月10日までに、委託期間を通じたレポートを提出すること。

5 業務実施上の留意事項

(1) 広告出稿費の実費精算

契約締結時に県及び受託者で定めた広告出稿費については実費精算とし、広告出稿費の実績が契約時に定めた広告出稿費に満たない場合に、当該満たない金額を委託料の精算時に減額する。

(2) その他

本業務に伴う著作権は受託者に帰属する。ただし、県は内部資料としての利用に限り、成果物のデータ提出を求めることができる。

それ以外の二次利用については、別途協議をすることとする。

6 その他

本仕様書に疑義が生じたとき、又は本仕様書に定めのない事項については、その都度、県と協議してこれを定めるものとする。