

令和8年度愛媛県職員採用デジタルマーケティング推進事業委託業務仕様書

1 業務名

令和8年度愛媛県職員採用デジタルマーケティング推進事業委託業務

2 業務期間

契約締結の日から令和9年3月31日まで

3 業務目的

少子高齢化の進展や民間企業の採用意欲向上等の影響により、官民間問わず人材獲得競争が激化していることから、本県においても有為な人材の確保が課題となっている。

大学生の就職傾向では、公務員のイメージが堅苦しいこと、仕事内容の情報量が不足していること、民間企業と並行しての活動が困難であることを理由として公務員への志望度が高まらず民間企業等に移行している状況である。

社会人の転職傾向については、福利厚生が整っていること、休日や残業時間が適正範囲内で生活にゆとりができること、会社に将来性・安定性があることを理由に転職先を選定している。

本業務では、短期間で効果が見込まれるデジタル広告を活用し、大学生に公務員の堅苦しいイメージを払拭させるとともに、県職員の魅力を発信するほか、社会人に充実した福利厚生やワーク・ライフ・バランスをPRすることにより、本県が実施する採用試験の申込者数の増加を図り、有為な人材を獲得することを目的とする。

4 業務概要

業務内容は、次の(1)から(7)のとおりとし、愛媛県と連携しながら実施すること。

また、受託者は、デジタルマーケティングにかかる企画、交渉、調整、諸手続、各種手配等の一切の業務を行うものとする。

なお、取組みの効果を検証し、愛媛県へ報告すること。

(1) 業務管理

- ・愛媛県の取組み及び職員採用における現状と課題を理解した上で、(2)で示すターゲットに合わせて各種業務をディレクションすること。
- ・全体の作業スケジュールの素案を示すこと。

(2) ターゲティング

本業務のターゲットは下記内容を参照に本業務の事業効果の最大化を図るため最適と考えられるターゲット像を検討の上、根拠となるデータと合わせ提案すること。なお、ターゲットの設定に当たっては、採用試験及び主催セミナー・イベントの内容等については変更となる可能性があることから、県と協議の上、決定すること。

① 県職員採用候補者試験の情報発信

ア 上級（通常型）試験

- ・試験の受付期間は令和8年4月21日から5月14の間であること。
- ・21歳以上34歳未満の者で、新卒者を中心に従来からの公務員志望者をメインターゲットとする。なお、年齢要件に該当する層で転職を検討している者も含むこと。
- ・対象業種として事務職のほか技術職を含めること。

イ 公務員経験者採用試験

- ・試験の受付期間は、事務職は令和8年4月から7月の間、技術職は令和8年4月から12月の間であること。
- ・21歳以上48歳未満の者で、国・都道府県・政令指定都市・人口15万人以上の市又は特別区での職務経験が3年以上ある社会人をメインターゲットとする。
- ・対象業種として事務職のほか技術職を含めること。

ウ 上級（秋期募集型）試験

- ・試験の受付期間は、令和8年9月9日から9月24日の間であること。
- ・21歳以上34歳未満の者で、新卒者で就活中に公務員志望に転向した者及び第2新卒など社会人経験が浅い転職者をメインターゲットとする。なお、大学3年生（薬剤師は大学5年生）が受験可能であることを踏まえ、適切なターゲットを設定すること。
- ・対象業種として事務職のほか技術職を含めること。

エ 民間企業等経験者（秋期募集型）試験

- ・試験の受付期間は、令和8年9月9日から9月24日の間であること。
- ・21歳以上48歳未満の者で、民間企業等での職務経験が5年以上ある社会人をメインターゲットとする。
- ・対象業種として事務職のほか技術職を含めること。

オ 上級（早期募集型）試験

- ・試験の受付期間は、令和9年3月上旬から3月下旬の間であること。
- ・21歳以上34歳未満の者で、新卒者を中心に民間企業との併願者及び第2新卒など社会人経験が浅い転職者をメインターゲットとする。
- ・対象業種として事務職のほか技術職を含めること。

カ 民間企業等経験者（春期募集型）試験

- ・試験の受付期間は、令和9年3月上旬から3月下旬の間であること。
- ・メインターゲット及び対象職種は民間企業等経験者（秋期募集型）試験と同様であること。

② 愛媛県主催のセミナーやイベントの開催周知

- ・主催セミナー及びイベントは次のとおり開催予定であること。
- | | |
|-------------------|-----------------|
| ・夏季インターンシップ（実施時期） | 令和8年8月～9月のうち4週間 |
| ・夏季1日完結型イベント | 令和8年8月～9月のうち6日間 |
| ・冬季1日完結型イベント | 令和9年1月のうち2日間 |
| ・保護者対象説明会 | 令和9年1月下旬 |
| ・春季就業体験 | 令和9年2月のうち3日間 |
| ・春季1日完結型イベント | 令和9年2月～3月のうち3日間 |
| ・職員採用セミナー | 令和9年3月上旬 |

- ・主なイベント参加者は大学3年生、大学院1年生であること。
- ・参加者は県外大学（主たる地域は関西エリア・中国エリア・四国エリア）を含めること。

(3) 数値目標

- ・本業務の目標として、次の項目について、この数値を下限とする目標 KPI を設定すること。

(広告クリック数)

① 上級（通常型）試験	10,000 回
② 公務員経験者採用試験	10,000 回
③ 上級（秋期募集型）試験	10,000 回
④ 民間企業等経験者（秋期募集型）試験	10,000 回
⑤ 上級（早期募集型）試験	42,000 回
⑥ 民間企業等経験者（春期募集型）試験	10,000 回

- ・リーチ数、クリック数のみならずコンバージョン数、エンゲージメント数（フォロワー数、いいね数）でも検証できるように、事業の目的に応じて Web サイト上の目標 KPI について提案すること。
- ・その他、成果を分析するために有効な指標で、別途提案するものがあれば、その効果検証のスキームや目標 KPI を提示すること。
- ・目標 KPI で示した各種値を達成した場合も、予算の限り事業効果の最大化を目指して事業を継続すること。

(4) デジタル広告の展開

ア オウンドメディアの活用

- ・愛媛県職員採用情報サイト及び各種 SNS との組み合わせにより、ターゲットの情報接触頻度を向上させ、ターゲットとの関係構築を図ること。
- ・なお、オウンドメディア及び各種 SNS のコンテンツ制作・更新・運用を実施する場合は、愛媛県と十分協議すること。

【現状のオウンドメディア】

- ・愛媛県職員採用情報サイト
<https://recruit.pref.ehime.jp/>
- ・X（旧 Twitter） 「愛媛県職員採用」
https://twitter.com/ehime_saiyou
- ・YouTube 「愛媛県職員採用」
<https://www.youtube.com/channel/UCKnZ6h2oKQLa1gAqxck2p7A>
- ・LINE 「愛媛県職員採用」
<https://page.line.me/072xemwd>

イ クリエイティブの作成

- ・広告クリエイティブについては、公序良俗に反しないものであって、(2)のターゲット像に応じて訴求すべき内容を検討し、広告効果の最大化を図る上で最適なクリエイティブを提案すること。なお、制作物は、本事業終了後も愛媛県が配信及び使用できるものとする。

- ・公務員（県職員）の堅苦しいイメージの払拭や愛媛県職員の業務内容・魅力等も組み込みながら、広告接触後に、愛媛県職員採用情報サイトへの流入のみにとどまることなく、各種イベントの参加や試験申込みの意欲を喚起し、独自性のあるブランドやイメージを形成するような内容とし、認知の向上効果が見込まれるものとする。
- ・提案内容に応じて、選択したプラットフォームに広告を最適化するための動画、画像、コピーライティングの編集についても実施すること。

ウ 広告配信

- ・広告媒体や配信方法については、本業務の事業効果の最大化を図るため最適と考えられる媒体（複数の媒体の組み合わせも可）を選定の上、提案すること。
- ・ターゲット像に基づき成果の向上が見込める広告・媒体を選択し、提案すること。
- ・広告配信に当たっては、愛媛県職員採用情報サイトへのリンクが可能となるよう設定を行うこと。（公務員経験者採用試験は除く）
- ・広告配信は、リーチ数、クリック実績といった広告に対する反応に留まらず、エンゲージメント・コンバージョン実績などの愛媛県職員採用情報サイト流入後の広告への反応を比較検証しながら、ターゲットに集中的に広告を配信していくことで、事業効果の最大化を図ること。
- ・広告効果の最大化を図る上で、県の関連ホームページの訪問者データ等を活用した配信が有効と考えられる場合は、県と協議のうえ、戦略的に実施すること。なお、当該データについては、契約後に提供するものとする。

エ 動画コンテンツの企画、制作及び管理等

（ア）動画コンテンツの企画

技術職の業務理解促進、採用試験への受験意欲の醸成や定着率向上を図るため、下記条件を踏まえて動画コンテンツの具体的な企画案を提案すること。

（対象職種）

県が指定する技術職種（3職種程度）とすること。

（コンテンツ内容）

ターゲット層や配信プラットフォームの特性に合わせて、短尺動画や長尺動画など複数種類のコンテンツ構成を提案すること。

（専門性）

技術職の高度な専門性や技術的な深さを効果的かつ魅力的に伝え、業界への関心が高まる内容とすること。

（制作本数）

職種ごとに短尺動画4本程度、長尺動画1本程度を制作すること。

（動画コンテンツの目安）

短尺動画は15～30秒程度、長尺動画は5～10分程度であること。

（動画の形式）

短尺動画は縦型（Instagram掲載想定）、長尺動画は横型（Youtube掲載想定）の動画であること。

（撮影対象職員及び撮影場所）

動画制作に当たり、魅力を効果的に伝えられる職員（若手職員や中堅職員など）の人選や撮影場所を提案すること。

(イ) 動画コンテンツの制作及び管理

- ・ 県に承認された企画に基づき、動画コンテンツの撮影、テロップ対応などの編集、データの納品までの一連の作業を実施すること。
- ・ 動画コンテンツの制作と合わせて必要となる Youtube 掲載用のサムネイル画像の制作すること。
- ・ 制作過程において、県の意向を適宜確認の上、反映させること。
- ・ 動画コンテンツは、下記スケジュールを想定しているため、制作に当たっては留意すること。

(スケジュール)

4月：職種①撮影（現場・インタビュー等）・編集・校正
5月：職種②撮影（現場・インタビュー等）・編集・校正
デジタル広告出稿（上級（通常型）試験受付期間）
6月：職種③撮影（現場・インタビュー等）・編集・校正
7月：Instagram、Youtube、採用情報サイト掲載
9月：デジタル広告出稿（上級（秋期募集型）試験受付期間）

- ・ 制作物は、本事業終了後において県が配信及び使用できるものとする。
- ・ 動画コンテンツの制作にかかる一切の費用は委託料の中で負担するものであること。

(ウ) 動画コンテンツの活用

制作した動画コンテンツについて、デジタル広告、各種 SNS (Instagram、Youtube 等)、愛媛県職員採用情報サイトなど、多様なプラットフォームにおいて、最適な形式とタイミングで効果的に活用すること。

オ PDCAの実施

広告配信期間を通じて、PDCAサイクルを回しながら、広告内容、配信対象、配信方法、オウンドメディア及び SNS 内容等について、県と協議しながら、継続的に改善を図ること。

(5) 効果測定及び報告業務

- ・ 効果検証スキームについて、概要や考え方を踏まえ、県と受託者で協議の上、決定するものとする。
- ・ 事業効果を把握するために必要な効果検証方法を検討すること。
- ・ 広告配信状況や Web サイトのアクセス分析を行い、広告を配信した期間については月次でレポートを作成し、提出するとともに、対面での中間報告の場を設け、分析結果に基づいた改善策を提案・実施すること。なお、中間報告の時期・回数は、受託後に県と協議の上決定すること。
- ・ 本業務について、広告の表示回数、動画の視聴回数、視聴者の属性（年齢、地域、特性等）や広告からの Web サイト誘導状況や SNS の登録状況等を分析しながら、事業の状況に応じてターゲットの変更、絞り込み等改善策を県と協議の上、実施すること。
- ・ 広告配信完了後に、事業の結果分析及び今後の展開について改善提案を盛り込んだ分析結果報告書を、速やかに提出すること。

- (6) 職員採用促進に向けたデジタルマーケティングの手法活用モデルの確立
 - (1)～(5)を通じて得られた知見を踏まえ、職員採用の促進に向け、デジタルマーケティングの手法を活用する取組みの確立を図ること。
- (7) 留意事項
 - 本業務は、別記「デジタルプロモーション実施時における留意事項」に基づき実施すること。

5 成果の帰属及び秘密保持

- (1) 成果の帰属
 - 受託者が本業務で制作した制作物の著作権及び使用権は、原則として、愛媛県に帰属する。
- (2) 秘密保持
 - ア 本業務に関し、受託者から愛媛県に提出された計画書等は、本業務以外の目的で使用しない。
 - イ 本業務に関し、受託者が愛媛県から受領又は閲覧した資料等は、愛媛県の下解なく公表又は使用してはならない。
 - ウ 受託者は、本業務で知り得た業務上の秘密を保持しなければならない。

6 その他

業務の実施にあたっては愛媛県と受託者双方が協議を重ねながら実施するものである。

(別記)

デジタルプロモーション実施時における留意事項

愛媛県デジタルマーケティングガイドラインに基づき、下記の点に留意して実施すること。

1 Google アナリティクス及び Google タグマネージャ管理に関する業務

- (1) 本事業の PDCA サイクルの確立やオーディエンスリストの蓄積のため、各種計測タグ、リターゲティングなど、事業に関わるタグを設定すること。

2 種類の Google アナリティクス横断アカウント(愛媛県庁の複数ウェブサイトに対する横断的な計測)及び縦断アカウント(本事業に用いるウェブサイトのみの計測)のトラッキングコード、Google アナリティクスイベントトラッキング・目標設定用のタグ、受託者の Google 広告アカウントで発行する Google 広告リマーケティングタグ、コンバージョントラッキング、コンバージョンリンカー、愛媛県公式の Meta ビジネススイートマネージャで発行する Facebook ピクセル、その他サードパーティタグ等

- (2) 上記の各種タグについては、愛媛県及び「愛媛県職員採用情報サイト」の管理運営業務の受託者と協議の上、愛媛県公式の Google タグマネージャ上に別途発行するコンテナを活用して、設定を行うこと。
- (3) 事業の目的を定義するため、愛媛県及び「愛媛県職員採用情報サイト」の管理運営業務の受託者と協議の上、ウェブサイトの目標を縦断 Google アナリティクス上で設定すること。
- (4) 「愛媛県職員採用情報サイト」の管理運営業務の受託者と協議の上、事業におけるタグ活用が確実に行われるよう、愛媛県公式の Google タグマネージャ上でのタグ・トリガーアクションの設定、タグの発火テストを実施すること。
- (5) アプリを利用する場合、アプリの利用状況や広告経由のインストール数について、Google タグマネージャ及び Firebase 向け Google アナリティクスを用いて、目的の達成度合いを効果検証すること。

2 適正なデジタルプロモーションの実施

- (1) 広告価値毀損の課題「アドフラウド」「ブランドセーフティ」「ビューアビリティ」について、愛媛県の信用失墜やブランド毀損となる場所への広告掲載は必ず避ける、アドベリフィケーションツールを採用するなど、可能な限り愛媛県に対する透明性を確保の上、確実な対策を行うこと。
- (2) 愛媛県が示す事業目的に応じて CPM 課金、CPC 課金やその他の課金方式を選択して提案可能とする。広告媒体のうち、バナー広告等の CPM 課金型(インプレッション単価制)ディスプレイ広告を実施する場合には、vCPM 課金型(viewable インプレッション単価制)が可能であれば優先的に採用するこ

と。その採用が困難な場合には、愛媛県にその事情を説明・協議の上、代替案を決定すること。

- (3) 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。
- (4) 縦断 Google アナリティクスで広告効果を取得するため、愛媛県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し、訪問者データを蓄積すること。
- (5) 広告媒体から着地するウェブサイトを経た目標完了等までを一体のユーザー導線として捉え、その総合的な動向や結果をもたらした要因や将来に向かった改善策を最終レポートとして必ず記載すること。

3 Facebook 広告を利用する場合

- (1) 愛媛県公式の Meta ビジネススイートマネージャと愛媛県が別途指定する Facebook ページ、Instagram アカウントや受託者の広告アカウントを紐付けること。
- (2) Facebook 広告を展開する場合は、愛媛県に対して「広告アカウントの管理」の権限を付与すること。なお、受託者の Facebook 広告アカウントとのリンク後、愛媛県は支払及び配信設定に関する操作は実施せず、愛媛県公式の FB ビジネスマネージャ以外への接続も行わない。
- (3) Facebook ピクセルの取扱いについては、「1」の記載のとおりとする。なお、事業目的に応じて最適なイベントピクセルの提案や、カスタムオーディエンスを設定すること。
- (4) Facebook が提供する無料調査（「リフトテスト」等）が利用できる場合には、愛媛県とその調査項目等を協議の上、必ず調査を実施すること。
- (5) サイト訪問後の行動を目的とする事業の場合、目的を達成した地点をコンバージョンとしてイベント測定を行い、広告配信の最適化対象をコンバージョンと設定し、最適な広告運用に務めること。

4 Google 広告を利用する場合

- (1) 本事業専用に広告アカウント新規開設すること。
- (2) Google 広告を運用する場合には、愛媛県公式の MCC（マイクライアントセンター）アカウントと受託者の Google 広告アカウントをリンクすること。なお、受託者の Google 広告アカウントへのリンク後、愛媛県は支払及び配信設定に関する操作は実施せず、愛媛県公式の MCC 以外への接続も行わない。
- (3) 受託者の広告アカウントと縦断 Google アナリティクスを連携すること。受託者の Google 広告アカウント及び縦断 Google アナリティクスアカウントそれぞれで、効果的と考えられるリマーケティングタグ、リマーケティングリストを設定し、共有すること。
- (4) リマーケティングタグの取扱いについては、「1」の記載のとおりとする。
- (5) 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、愛媛県とその調査項目等を協議の上、必ず調査を実施すること。

- (6) サイト訪問後の行動を目的とする事業の場合、目的を達成した地点をコンバージョンとして測定を行い、広告配信の最適化対象をコンバージョンと設定し、最適な広告運用に務めること。

5 Yahoo! 広告を利用する場合

- (1) 本事業専用に広告アカウントを新規開設すること。
- (2) Yahoo! 広告を運用する場合には、愛媛県公式の MCC (マイクライアントセンター) アカウントと受託者の Yahoo! 広告アカウントをリンクすること。なお、受託者の Yahoo! 広告アカウントへのリンク後、愛媛県は支払及び配信設定に関する操作は実施せず、愛媛県公式の MCC 以外への接続も行わない。
- (3) 受託者の Yahoo! 広告アカウントで、効果的と考えられるマーケティングタグ、ターゲティングリストを設定し、共有すること。
- (4) リマーケティングタグの取扱いについては、「1」の記載のとおりとする。
- (5) サイト訪問後の行動を目的とする事業の場合、目的を達成した地点をコンバージョンとして測定を行い、広告配信の最適化対象をコンバージョンと設定し、最適な広告運用に務めること。

6 その他広告媒体を利用する場合

- (1) Facebook 広告又は Google 広告、Yahoo! 広告以外の広告媒体を活用する場合においても、原則として両媒体と同様の対応を行うこと。
- (2) 広告の閲覧権の付与について愛媛県がやむを得ないと認めるに足る事情があると考えられる場合には、愛媛県と協議の上、代替案を決定すること。
- (3) 各媒体などとタイアップ企画コンテンツを制作する場合は、同コンテンツ内に愛媛県が指定するリターゲティング用のタグを設定し、訪問者データを蓄積するよう務めること。

7 動画制作・動画広告を実施する場合

愛媛県が今後中期的なデジタルプロモーションを行うことを念頭に、動画視聴者のアクセス情報を蓄積すること (動画視聴者リマーケティングリスト作成等)。

8 7において YouTube を利用する場合

- (1) 作成した動画は愛媛県が運営する YouTube チャンネルへ掲載を行うこと。
- (2) 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い、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利用するために、YouTube チャンネルと受託者の Google 広告アカウントをリンクさせること。

9 その他

- (1) 欧州経済領域 (EEA) 域内から域外へ個人データの移転を行う場合は、EU 一般データ保護規則 (GDPR : General Data Protection Regulation) コンプライスへの対応を受託者において検討の上、対策を行うこと。

(2) 各種アカウント作成及び設定時には、内容について愛媛県の承認を得ること。また、当該アカウントについては、事業完了後に一切の権利を愛媛県に譲渡すること。

(別記)

<甲：愛媛県、乙：受託者>

個人情報取扱特記事項

(基本的事項)

第1 乙は、個人情報保護の重要性を認識し、この契約による業務の実施に当たっては、個人の権利利益を侵害することのないよう、個人情報の適切な管理を行わなければならない。

(秘密の保持)

第2 乙は、この契約による業務に関して知り得た個人情報をみだりに第三者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。
2 乙は、この契約による業務に関わる責任者及び従事者に対して、在職中及び退職後において、この契約による業務に関して知り得た個人情報の内容をみだりに他人に知らせ、又は不当な目的に利用してはならないこと、これに違反した場合は、個人情報の保護に関する法律（平成15年法律第57号）の規定に基づき処罰される場合があることその他個人情報の適切な管理に必要な事項に関する研修をしなければならない。

(保有の制限)

第3 乙は、この契約による業務を行うために保有する個人情報は、業務を達成するために必要な最小限のものにしなければならない。

(安全管理措置)

第4 乙は、この契約による業務に関して知り得た個人情報の漏えい、滅失又は毀損（以下「漏えい等」という。）の防止その他の個人情報の適切な管理のために必要な措置を講じなければならない。
2 乙は、この契約による業務の責任者及び従事者を定め、書面により甲に報告しなければならない。
3 乙は、責任者及び従事者を変更する場合は、事前に書面により甲に報告しなければならない。
4 乙は、従事者の管理体制及び実施体制並びにこの契約による業務で取り扱う個人情報の管理の状況についての検査に関する事項について書面により甲に報告しなければならない。

(利用及び提供の制限)

第5 乙は、甲の指示又は承認があるときを除き、この契約による業務に関して知り得た個人情報の内容を契約の目的以外の目的に利用し、又は提供してはならない。

(複写、複製の禁止)

第6 乙は、この契約による業務を処理するために甲から提供された個人情報記録された資料等を、甲の承諾なしに複写し、又は複製してはならない。

(再委託の禁止等)

第7 乙は、この契約による個人情報を取り扱う業務を第三者に委託(以下「再委託」という。)してはならない。

- 2 乙は、この契約による業務の一部をやむを得ず再委託する必要がある場合は、再委託先の名称、再委託する理由、再委託して処理する内容、再委託先において取り扱う個人情報の内容、再委託先における安全性及び信頼性を確保する対策並びに再委託先に対する管理及び監督の方法を明確にした上で、業務の着手前に、書面により再委託する旨を甲に申請し、その承諾を得なければならない。
- 3 前項の場合、乙は、再委託先に本契約に基づく一切の義務を遵守させるとともに、甲に対して、再委託先の全ての行為及びその結果について責任を負うものとする。
- 4 乙は、再委託先に対して、再委託した業務の履行状況を管理及び監督するとともに、甲の求めに応じて、その管理及び監督の状況を適宜報告しなければならない。
- 5 前各項の規定は、再委託先が委託先の子会社(会社法(平成17年法律第86号)第2条第1項第3号に規定する子会社をいう。)である場合も、同様とする。

(派遣労働者利用時の措置)

第8 乙は、この契約による業務を派遣労働者に行わせる場合は、派遣労働者に対して、本契約に基づく一切の義務を遵守させなければならない。

- 2 乙は、甲に対して、派遣労働者の全ての行為及びその結果について責任を負うものとする。

(資料等の返還等)

第9 乙は、この契約による業務を処理するため甲から提供を受けた個人情報記録された資料等は、業務完了後直ちに甲に返還するものとする。ただし、甲が別に指示したときは、その指示に従うものとする。

- 2 乙は、この契約による業務を処理するため乙自らが取得し、又は作成した個人情報記録された資料等は、業務完了後速やかに、かつ確実に廃棄又は消去するものとする。ただし、甲が別に指示したときは、その指示に従うものとする。

(個人情報の運搬)

第10 乙は、この契約による業務を処理するため、又は業務完了後において個人情報記録された資料等を運搬するときは、個人情報の漏えい等を防止するため、乙の責任において、確実な方法により運搬しなければならない。

(実地検査)

第11 甲は、乙がこの契約による業務に関して取り扱う個人情報の管理体制、実施体制及び管理の状況等について、随時実地に検査することができる。

(指示及び報告等)

第12 甲は、乙がこの契約による業務に関して取り扱う個人情報の適切な管理を確保するため、乙に対して必要な指示を行い、又は必要な事項の報告若しくは資料の提出を求めることができる。

(事故時の対応)

第13 乙は、この契約による業務に関し個人情報の漏えい等の事態が生じ、又は生じたおそれがあることを知ったときは、その事態の発生に係る帰責の有無に関わらず、直ちに甲に対して、当該事態に関わる個人情報の内容、件数、原因、発生場所及び発生状況を書面により報告し、甲の指示に従わなければならない。

(損害賠償)

第14 乙は、その責めに帰すべき事由により、この契約による業務の処理に関し、個人情報の取扱いにより甲又は第三者に損害を与えたときは、その損害を賠償しなければならない。再委託先又は派遣労働者の責めに帰する事由により甲又は第三者に損害を与えたときも同様とする。

(契約の解除)

第15 甲は、乙がこの個人情報取扱特記事項に違反していると認めたときは、この契約の全部又は一部を解除することができる。