

令和3年度法務省委託「Myじんけん宣言」プロジェクトの周知及び広報並びにビジネスと人権に関するシンポジウムの広報における「Myじんけん宣言」プロジェクトに関する留意事項

バナー広告 (GDN及びYDA)

- 1 バナー広告 (誘導用) は、グーグル合同会社、ヤフー株式会社の提供する次の広報媒体を使用する。
  - (1) Google Display Network
  - (2) Yahoo! Display Ads※ ただし、上記媒体と同等又はそれ以上の広報効果が得られる他の媒体がある場合は提案可。その場合は、根拠資料や理由等、必要な情報を企画書中に明記すること。
- 2 当センターが指定する範囲からサイトを選定すること。
- 3 バナー画像クリック数はより多いことが望ましいが、少なくとも以下のクリック数を満たすものとする。
  - (1) Google Display Network  
回数3回 各期間8,000クリック以上
  - (2) Yahoo! Display AD Network  
回数3回 各期間8,000クリック以上※ 掲出においては担当者と協議のうえ、別途グーグル合同会社、ヤフー株式会社と連携し効果的・効率的な配信運用に努めること。
- 4 バナー広告で掲載する画像は、新規に企画・制作すること。
- 5 広報時期は以下を想定。
  - (1) 「Myじんけん宣言」ウェブサイト運用開始時期  
ビジネスと人権に関するシンポジウム開催日周辺 令和3年7月下旬頃
  - (2) 人権週間 令和3年12月4日(土)～令和3年12月10日(金)
  - (3) 「Myじんけん宣言」ウェブサイト運用開始時期と人権週間の間※ できるだけ断続的な広報にならないよう調整すること。

SNS (Twitter、Facebook、Instagram、TikTok等)

- 1 SNS上の広報は、次のSNSによる広報とする。
  - (1) Twitter
  - (2) Facebook
  - (3) Instagram
  - (4) TikTok※ ただし、上記媒体と同等又はそれ以上の広報効果が得られる他の媒体がある場合は提案可。その場合は、根拠資料や理由等、必要な情報を企画書中に明記すること。
- 2 動画による広報の場合、再生数はより多いことが望ましいが、少なくとも以下の回数を満たすものとする。

(1) Twitter	計20,000回以上の視聴完了
(2) Facebook	計20,000回以上の視聴完了
(3) Instagram	計5,000回以上の視聴完了
(4) TikTok	計5,000回以上の視聴完了

※ 掲出においては担当者と協議のうえ、効果的・効率的な配信運用に努めること。
- 3 配信する動画又は画像は、新規に企画・制作すること。なお、YouTube (インストリーム広告) で使用する動画と同じものでも構わない。ただし、法務省の人権擁護機関による上映・

複製・配布等についていかなる制限もなく永続的に使用できること。

- 4 広報時期はバナー広告（GDN及びYDA）と可能な限りそろえること。

#### YouTube（インストリーム広告）による広報活動

- 1 「YouTube TrueView」による動画広報とする。
- 2 ターゲティングについては、当センターが指定する範囲から選定すること。
- 3 再生数はより多いことが望ましいが、少なくとも以下の回数を満たすものとする。  
YouTube TrueView 計75,000回以上の動画視聴完了  
※ 掲出においては当センターと協議のうえ、効果的・効率的な配信運用に努めること。
- 4 広報時期はバナー広告（GDN及びYDA）と可能な限りそろえること。
- 5 配信する動画は、新規に企画・制作すること。なお、SNS（Twitter、Facebook、Instagram、TikTok等）で使用する動画と同じものでも構わない。ただし、法務省の人権擁護機関による上映・複製・配布等についていかなる制限もなく永続的に使用できること。

#### 新聞広告

- 1 サイズやカラーは問わないが、全国紙で実施すること。
- 2 「Myじんけん宣言」ウェブサイトへ誘導することを目的としたデザインにすること。
- 3 広報時期はバナー広告（GDN及びYDA）と可能な限りそろえること。