令和８年度動物愛護センター譲渡推進プロジェクト業務委託仕様書

Ⅰ　業務概要

・動物愛護センターの保護犬猫等の譲渡推進を図るプロジェクトである。
・譲渡を推進するためには、動物愛護センターを知ってもらい（認知）、保護動物に興味を持ってもらい（興味）、譲り受けてもらう（行動）、という、認知⇒興味⇒行動（譲渡）のステップを円滑に進めることが効果的である。
・このステップを円滑に進めるためには、やみくもに事業を行うのではなく、その事業によりどのステップを特に促進するかを意識することが大切である。
・動物愛護センターの立地が悪いこと及び開所日が平日のみであることから、動物愛護センターのSNSアカウントによる譲渡対象動物情報等の発信は、認知と興味を促進するのに効果的である。
・興味を持ってもらった人に行動（譲渡）を促す方法として、実際に来所いただく対面イベントが効果的である。
・対面イベントとして、土日祝日に動物愛護センターの保護動物紹介や動物愛護センター登録ボランティアを招いて保護動物を紹介する休日開放デーを行う。
・なお、休日開放デーではその場で動物を譲渡するのではなく、動物を紹介するのみであるため、譲り受けをまだ検討していない方にも積極的な参加を促す。

Ⅱ　業務内容

受注者は、発注者と協議しながら次の「１　休日開放デーの企画、実施」「２　休日開放デー実施毎の報告書と改善提案書の提出及び年度末の実績報告書の作成」及び「３　動物愛護センターの公式SNSの解析、企画及び休日開放デーの配信」を実施する。

１　休日開放デーの企画、実施

(1) 目的

休日開放デー（保護動物を参加者に紹介すること）をAISAS（※後述）の観点から戦略的に実施することで、動物愛護センターの譲渡推進の機運の醸成及びかながわペットのいのち基金の推進を図り、保護動物の譲渡につなげる。

(2) 実施場所

動物愛護センター

(3) 実施概要

・原則として、令和９年３月14日までの間に５回、休日の11時から15時30分まで実施する。
・参加者が動物愛護センターの保護犬猫等を自由に見学できるようにする（ふれあいは想定していない）。必要に応じて、より近くで見られるように動物を移動させ、譲渡対象の犬猫以外の小動物がいる際は展示を行う。
・実施時期は８月、10月、11月、１月及び３月が望ましい。
・寒暖等を避けた11月及び３月については、アニコムふれあいルーム及び１階会議室を動物愛護センター登録ボランティアが使えるようにし、登録ボランティアの保護犬猫を参加者に紹介する譲渡会を行う。
・８月、10月及び１月については、動物愛護センターの譲渡対象犬猫の一部を対象とした譲受希望者と職員による面接※や譲渡説明会等を行えるようにする。
・集客のためのイベント（一例としてバックヤードツアー、クイズラリー、動物愛護等に理解がある企業等から講師を呼んで適正飼養・終生飼養、犬猫等の習性、愛護啓発等も含めたセミナー、ワークショップ等）を同時開催する。

※面接について
動物愛護センターからの譲渡の流れは次の３ステップであり、面接時に譲渡するわけではない。
譲渡前講習会受講⇒面接⇒後日譲受け

(4) 実施内容の企画

次に留意し、実施内容について積極的に発注者に提案をする。

ア　AISASの観点から戦略的に実施

次の２つを目指し、AISASの観点（※後述）から戦略的に各業務を実施

①　動物愛護センターの譲渡推進の機運の醸成

・動物愛護センターにはやむを得ない事情から保護されている犬や猫等がいるが、このような犬猫たちは可哀想というネガティブなイメージを持たれることも少なくない。そこで、動物愛護センターで暮らす犬や猫たちの生き生きとした個々の魅力を最大限アピールすることなどにより、ポジティブな方向性をもって動物愛護センターの取組みを紹介していく。その結果、保護犬猫たちが一日も早く新しい飼い主と出会い、幸せに暮らすことができるように、いのちを守り、譲渡につなげる機運を醸成する。

②　かながわペットのいのち基金の推進

・本事業は、かながわペットのいのち基金を活用したものであることが分かるようにし、動物愛護センターが行う取組みへの認知度を向上させるとともに、さらなる寄附への呼びかけを行い、保護動物の譲渡推進へつなげる。

イ　メインターゲットはAISASの観点から戦略的に選定し、集客は１日当たり200名以上を目標

ウ　参加する動物愛護センター登録ボランティアとの調整

・登録ボランティアを招く場合、その連絡調整を実施し、必要に応じて事前説明会を行う。

・連絡調整とは、各団体が不公平にならないような参加方法、必要備品の聴取り等を含む。

エ　参加者の保護犬猫等の譲受希望率の向上策の提案

・紹介する保護犬猫等の魅力がより伝わるような演出や譲受に関する不安を取除く方策を実施する。

オ　スケジュール管理

・本事業を円滑に実施できるようスケジュール管理をし、定期的に発注者と共有する。

カ　参加者へのアンケート項目の立案、調査、分析及び分析結果に基づく改善策の提案

・AISASの観点から戦略的にアンケート項目の立案、調査、分析及び分析結果に基づくAISASの指標の改善策の提案を行うとともに、回答率を増やす工夫をする。

※　AISASの観点

各指標	各指標の現状、実績等	具体策の提案方法
１ Attention（認知） ・動物愛護センター及びかながわペットのいのち基金（以下「いのち基金」）の認知	・動物愛護センター公式SNSの平均インプレッション数（令和８年１月） -Facebook：578 -X：5,108 -Instagram：5,351 ・譲渡会等でのアンケートにおけるいのち基金の認知度（令和８年１月末）：約33％	認知を向上させるための具体策を提案してください。
２ Interest（興味） ・保護動物の譲受やいのち基金への興味	・フォロワー数（令和８年１月末） -Facebook：2,764 -X：3,128 -Instagram：9,195	興味を持たせるとともに、「検索」「行動」につなげるための具体策を提案してください。
３ Search（検索） ・譲受方法やいのち基金への寄附方法について情報収集	・動物愛護センターのウェブサイトのアクセス数（令和８年１月）：494件/日	検索数を増やすとともに、「行動」につなげるための具体策を提案してください。
４ Action（行動） ・保護動物の譲受、いのち基金への寄附	・保護動物の一般の方への譲渡数（令和６年度） 犬：４頭/月平均　猫：11頭/月平均	行動を増やす具体策を提案してください。

	・いのち基金の寄附額 月平均：187 万円（令和６年度）	
５ Share（共有） ・譲受体験や寄附体験を口コミで広げる	・譲渡会等に関する SNS のシェア数（令和８年１月末）：1466 件	シェアを起こす具体策を提案してください。
AISAS の循環の結果	R６年度一般譲渡率：70.2%(177/252) R６年度いのち基金寄附額：22,428 千円	AISAS の循環を効果的に行うための具体策を提案してください。

※各指標の現状、実績等は一例であり、各指標を効果的に向上させるための具体策を提案してください。

⑸ 集客、申込受付及び記録作成

・主に神奈川県内におけるペットの飼育を検討している層を主としつつ、当所からの譲渡が可能な近接地域の県外在住者も対象に含めて、SNS広告等を駆使して、積極的な集客を行う。
・集客のための効果的なキャッチコピーや文面については受注者が発注者に提案する。
・動物愛護センターの公式フェイスブック、X（旧Twitter）及びインスタグラムを積極的に活用する。
・集客を行う際には、動物愛護センターの公式フェイスブック、X(旧Twitter)及びインスタグラムのフォロワー数や動物愛護センターのホームページの閲覧者数の増加につながるよう、長期的な展望で集客効果が得られるようにする。
・申込受付及び記録作成をし、申込者との連絡調整を行う。

⑹ 会場（動物愛護センター内）の設計・設営・撤収、譲渡会の運営・進行

・動物愛護センターの駐車場が50台であることに留意し、来所者や関係者（動物愛護センター職員や委託事業者等）が円滑かつ事故なく出入りができるよう駐車場誘導を行う。駐車場配置図は仕様書別添のとおり。
・受付係を設置して、来所者を把握し、来所者数について記録する。
・会場設営を行う。特にアニコムふれあいルームや会議室を円滑に使用できるように机等の設置や会場案内の掲示を行う。
・参加者が自由に見学する形式であるため、特段、司会者等による進行は想定していない。

２　休日開放デー実施毎の報告書と改善提案書の提出及び年度末の実績報告書の作成

・各休日開放デーの申込人数、参加人数、参加率（参加人数/申込人数）、実施した広報の効果（申込人数/周知数）、アンケート結果はもとより、各休日開放デーにより、AISASの指標（認知、興味、検索、行動、共有の指標）がどのように変化したのかの分析結果及び各指標の改善策を含めた報告書を作成し、各休日開放デーの実施後３週間以内又は令和９年３月31日のいずれか早い日までに発注者へ提出する。
・最終的に、AISASの観点から全ての休日開放デーを総括した令和８年度事業の実績報告書を作成し、文書１部と電子データ一式を、令和９年３月31日までに発注者に提出する。
※改善策をふまえて次回実施できるよう、各休日開放デーの間隔を十分に確保する。

３　動物愛護センターの公式SNSの解析、企画及び休日開放デーの配信

⑴ 目的

動物愛護センターの公式フェイスブック、X（旧Twitter）及びインスタグラムを利用し、保護動物の情報等の発信や譲渡会等のライブ配信を効果的に実施することで、興味及び認知を促進し、保護動物の譲渡につなげる。

⑵ 実施内容

ア　データ解析

・動物愛護センターの公式フェイスブック、X（旧Twitter）及びインスタグラムの投稿記事について、リーチ数、視聴者の属性、フォロワー数の増減等を含めたアクセス解析を行い、課題を可視化し、解析結果は随時発注者と共有し、３か月ごとに報告書を提出する。

イ　投稿内容の企画

・アの結果に基づき、譲渡推進のための譲渡対象動物の紹介等、効果的な投稿内容について積極的に提案し、投稿記事に使用する画像や動画等の作成・編集を行う。なお、投稿は発注者が行う。また、動画の種類は次のとおりとする。

①　休日開放デーの事前告知動画（15秒程度）

②　動物愛護センターの譲渡対象動物の紹介動画（１分程度）

※使用する譲渡対象動物の素材は発注者が支給する。

・動画作成の際は障害者等の可読性に配慮し、キャプション（字幕、テロップ等）又はテキストにより、代替テキスト情報の提供を行うこと。

ウ　休日開放デーのライブ配信

・休日開放デーのうち少なくとも１回について、当日の様子を動物愛護センター公式インスタグラムアカウントでライブ配信する。

・配信時間は30分程度とし、発注者の用意したモバイルデータ通信可能なiPad Proを使用する。その他必要な機材等がある場合は受注者が用意する。

・来場者や参加ボランティアの顔出し等の肖像権に十分に配慮して配信を行い、休日開放デーの様子を紹介する。

⑶ 目標

・動物愛護センターの公式フェイスブック、X(旧Twitter)及びインスタグラムの各フォロワー数はフェイスブック：3,000、X：5,000、インスタグラム：12,000を目標とする。

⑷ 実施スケジュール

・発注者と協議し、投稿スケジュールや投稿内容を調整する。提案による投稿の頻度は月４回程度、⑵イ①の動画については各休日開放デー開催１週間前の合計５回とし、⑵イ②の動画については月４回程度が望ましい。

Ⅱ　その他

１　留意事項

⑴ 当該事業の内容は本仕様書及びプロポーザルの内容を基本とし、契約後発注者と受注者が協議し、企画調整した上で決定し、実施する。

⑵ 受注者は、発注者との協議の結果を反映した当該業務の実施に必要な企画書を速やかに作成し、提出する。

⑶ 委託期間中に生じた事由により、当初の予定通り実施できなくなった場合は、早急に代替案について発注者と協議し、委託業務に支障をきたさないように対応すること。

⑷ 本事業は原則として再委託できない。ただし、総合的な事業実施の必要に応じ、事前に県の承認を得た上で、受注者を主たる事業者とし、事業の一部について再委託を認める場合がある。

⑸ 成果物、その他の発注者に提供するデータや記録媒体については、納品前に必ずコンピュータウイルス等不正プログラムが混入していないことを確認すること。

⑹ 本仕様に明示のない事項、又は業務上疑義が発生した場合においては、発注者と十分協議を行い、業務を進めること。

２　運営上の要件

⑴ 実施体制

①　事業全体をとりまとめる総括責任者（本事業の遂行に関し、業務に必要な能力及び経験を有する者）を定めると共に、業務実施体制を明らかにし、業務全般の活動を一元化する。

②　担当者配置後、業務実施体制を、速やかに書面により発注者へ報告する。再委託（事業の一部に限る）を行う場合は、各事業者の業務分担及び再委託先の連絡先も明記する。

⑵ 発注者との協議

事業の推進にあたっては、発注者と綿密な調整を図りながら進めることとし、電子メール等により随時報告を行う。

３　著作権等について

⑴　本事業の成果物の所有権及び著作権（著作権法第27条及び28条を含む。）については、成果物が納品されたときに、受注者から発注者に移転するものとする。また、受注者は、発注者が認めた場合を除き、著作者人格権を行使してはならない。

⑵　成果物に第三者が権利を有する著作権が含まれている場合は、受注者は当該著作権の使用に関する負担金の一切の手続きを行い、第三者の著作権その他の権利を侵害してはならない。

⑶　契約期間終了後に、県が広報媒体等を活用して活動実績の事後啓発を行うに当たり、著作権使用料等が別途発生する場合は、その全てを契約金額内に含めることとする。