

## 富山県令和7年国勢調査広報業務委託 仕様書

### 1 委託する業務名

富山県令和7年国勢調査広報業務委託

### 2 業務の趣旨・目的

令和7年10月1日を調査期日として実施する国勢調査は、国内に居住するすべての人及び世帯を対象とした国の最も重要な調査であるが、近年、若年層・単身世帯を中心に直接回答を得られない世帯が増大するなど、調査環境の悪化が懸念される状況となっている。

調査を正確かつ円滑に実施するためには、調査の実施はもとより、調査の必要性や調査内容などを効果的に広く周知し、調査に対する理解を得ることが必要であることから、効果的な広報を実施することにより、調査実施環境の整備を図り、調査票の確実な回収等を図るもの。

併せて、紙の調査票と比べて回答が容易であり、調査世帯の負担軽減につながるインターネット回答を推進するもの。

### 3 委託期間

契約締結の日から令和7年11月28日（金）まで

### 4 委託業務の内容

委託する業務の内容は、次のとおりとする。なお、業務の遂行にあたり、事業を円滑に進められるよう、具体的な取組については、富山県と協議の上、実施すること。

#### ・本業務のターゲット等の設定、見直しの提案

(ターゲットの考え方)

本業務におけるターゲットの考え方は下記表に示すとおりとする。

#### ア 国勢調査を認知していない人

地 域	県内
年 代	主に若年層
価 値 観	「国勢調査」を知らない人

訴求内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>・国勢調査の実施、調査の必要性、調査内容及び回答義務があることを認知してもらう。</li> <li>・インターネット回答を推進する。</li> </ul>
------	--

イ 国勢調査を認知している人

地 域	県内
年 代	指定なし
価 値 観	「国勢調査」は知っているが、回答するのは大変だと認識している人、回答しなくてもよいと考えている人
訴求内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>・紙の調査票と比べて回答が容易なインターネット回答を推進する。</li> <li>・回答義務があることを認知してもらう。</li> </ul>

(ターゲットに起こしてもらいたい行動変容)

- ・本業務において、ターゲットに起こしてもらいたい行動変容は下記に示すとおりとする。

行動変容	<ul style="list-style-type: none"> <li>・国勢調査の実施、調査の必要性及び調査内容を認知してもらい、円滑に調査に回答してもらう。</li> <li>・紙の調査票と比べて回答が容易なインターネット回答を選択してもらう。</li> </ul>
------	--

(ターゲット見直しの提案)

- ・ターゲットに対して広告を配信した結果、想定とは異なるエリア、年齢等をターゲットとすることが本業務の目的を達成するために、より効果的であると判断できるデータの蓄積があった場合は、その根拠とともに県に対して助言及び提案を行い、ターゲットの見直しについて、協議するものとする。

## 5. 事業の実施内容等

### (1) 実施の時期

9月上旬から10月上旬までを基本とする。なお、下記の調査スケジュールを参考に、効果的な時期があれば提案すること。

・調査基準日

10月1日

- ・インターネット回答用 ID 及び調査票（紙）配布期間  
9月20日～9月30日
- ・インターネット回答期間  
9月20日～10月8日
- ・調査票（紙）回答期間  
10月1日～10月8日
- ・調査票（紙）の当初回収期間  
10月1日～10月8日
- ・調査票（紙）の提出状況の確認  
10月9日～10月16日
- ・調査票（紙）の督促回収期間  
10月17日～10月27日

## （2）実施内容

### （ア）動画配信サイト（YouTube）での動画広告等

- ・動画配信サイト（YouTube）での動画広告を行う。
- ・動画の内容は各者が提案すること。動画は6秒～15秒程度とし、主に若者世代（20代～30代）に対して、回答義務の周知と、オンライン回答の推進を行う内容とすること。表示回数は800,000回以上とすること。
- ・その他、検索サイト等でのバナー広告等、効果的なインターネット広告があれば提案すること。
- ・インターネット広告（動画配信サイトでの動画広告を含む）については、KPIを設定し提案の際に提示・明記すること。また、広告後のKPIの達成度合い等を計測することで、改善手法等を報告すること。

### （イ）交通広告

- ・下記表の内容を効果的な時期に実施すること。

J R 駅・車内ポスター	駅貼りポスター 高山線・城端線・氷見線 5 駅 3 週間 車内吊りポスター 城端線・氷見線 3 週間
富山地方鉄道 車体広告	富山地方鉄道バス又は市内電車 ラッピング広告又は車外広告 車両数及び期間は各者提案による
あいの風 中吊りポスター	あいの風とやま鉄道 44 両 3 週間
電車・バス車内吊りポスター （富山地方鉄道、加越能 他）	電車・バス車内吊りポスター 地鉄電車・市内電車 55 両 3 週間 地鉄バス・加越能バス 180 台 3 週間 まいどはやバス 4 台 1 か月
電車車内液晶モニター広告 （富山地方鉄道）	電車車内液晶モニター広告 15 両 3 週間
駅貼りポスター（あいの風、富山地方鉄道）	駅貼りポスター あいの風 16 駅（富山駅 3 枚、高岡駅 2 枚、その他 1 枚） 3 週間 富山地方鉄道 19 駅 3 週間

車内ポスター、車内モニター広告、停留場ポスター（万葉線）	旧型車両・車内ポスター 3週間 新型車両・車内モニター広告 3週間 停留場・駅ポスター 停留所 27か所、駅 12か所 3週間
------------------------------	---

- ・ポスター（B1判 50枚、B3判 400枚）は県から提供する。
- ・その他、効果的な交通広告があれば提案すること。

（ウ）周知イベント、街頭啓発等

観客動員数等を踏まえた効果的な県内プロスポーツチームのホームゲームでの啓発は必ず実施することとするが、下記を参考に、周知イベント、街頭啓発等について各者もう1つ以上提案すること。

- ・県内ショッピングモール等、多くの集客が見込まれる場所での啓発
- ・県内大学のイベント等での啓発

なお、富山駅での街頭啓発活動及び啓発物品の作成については県において別途実施予定のため、提案には含めないこと。

（エ）応募者の自由提案による効果的な広報

ラジオスポット広告、大型パネル看板、フリーペーパー・月刊誌での広告等、上記（ア）～（ウ）に掲げた広報以外に、効果的な手法、企画等があれば積極的に提案すること。

なお、テレビスポットCM、新聞広告及び庁舎掲出用看板作成については、県において別途実施予定のため、提案には含めないこと。

6 事業実施上の条件

- （1）業務委託により制作した成果品及びそれに係る著作権（著作権法第27条及び第28条の権利を含む。）は、県に帰属するものとする。また受託者は本委託業務の実施のために必要な第三者の著作権・肖像権については、事前に書面にて許諾を取得するとともに県にその旨を書面により報告すること。
- （2）別紙「デジタルマーケティング留意事項」を遵守すること。
- （3）本仕様書に定めのない事項又は本仕様書に疑義が生じた場合については、県及び受託者が協議の上定めるものとする。
- （3）本仕様書はプロポーザル用であり、事業内容については、今後変更の可能性がある。本仕様書に記載された事業に加え、プロポーザルにおいて提案した企画にかかる事業についても、あわせて実施すること。

(別紙)

## デジタルマーケティング留意事項

### 1 Google Analytics のアカウント管理に関する業務

- (1) 本業務用に導入した本業務用 Google Analytics 上で、本施策における目標設定を行うこと。また、最終レポートにてその結果について、要因・改善策を必ず記載すること。
- (2) 各種アカウント作成時には、内容について富山県の承認を得ること。また、本事業において作成したアカウントについては、事業完了後に一切の権利を富山県に譲渡すること。

### 2 富山県 Google タグマネージャーの管理に関する業務

- (1) 当事業に関連するウェブサイトには、各種計測タグ、リターゲティングなどの施策に関わるタグを導入する際は、富山県が別途指定する「富山県 Google タグマネージャー」を活用し、その管理を行うこと。
- (2) 受託者は、施策におけるタグ活用が確実に行われるよう、「富山県 Google タグマネージャー」でのタグ、トリガーアクションの設定及びタグの発火テストを実施し、その内容を富山県に報告すること。
- (3) 各種設定には、内容について富山県の承認を得ること。また、「富山県 Google タグマネージャー」の設定については事業完了後に一切の権利を富山県に譲渡すること。

### 3 適正なデジタルプロモーションの実施

- (1) 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。
- (2) 「本業務用 Google Analytics」で施策効果を取得するため、富山県が別途指定するルールに基づいて、各広告媒体タグのパラメータを設定及びデータの蓄積を行うこと。
- (3) 本事業において、最終成果地点に至るまでの重要な指標を KPI として定め、Google アナリティクス上に目標設定を行いレポート並びに、分析・考察レポートを最終的に提出すること。
- (4) 本事業に関連するウェブサイトには、同ウェブサイト内に富山県が指定するリマーケティングタグを設定し、訪問者データを蓄積すること。なお、タグの設定は、原則として「富山県 Google タグマネージャー」のコンテナ内で行うこと。

### 4 Google 広告を利用する場合

- (1) Google 広告運用を行う際は、富山県公式の MCC (マイクライアントセンター) 及び「本業務用 Google Analytics」とリンクすること。
- (2) 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、富山県とその調査項目等を協議の上、必要に応じて調査を実施すること。

## 5 SNS広告を利用する場合

- (1) 富山県公式SNSのビジネスマネージャーや富山県が別途指定するSNSページに広告アカウントをリンクすること。
- (2) SNS広告を展開する場合は、富山県に対してアナリストの権限を付与すること。
- (3) ウェブサイト訪問者に対するSNSのリマーケティングの設定を行うこと。

## 6 動画制作・動画広告を実施する場合

- (1) 富山県が今後もデジタルプロモーションを行うこと考慮し、動画視聴者のアクセス情報（動画視聴者リマーケティングリスト等）を蓄積すること
- (2) YouTubeを利用する場合は、作成した動画は富山県が運営するYouTubeチャンネルへ掲載を行うこと。なお、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うとともに、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検討するため、Google広告を利用する場合はYouTubeチャンネルとGoogle広告アカウントをリンクさせること。