「つなげる！建設業・若者交流事業」（仮称）実施事業業務委託仕様書

1. 委託する業務名

「つなげる！建設業・若者交流事業」（仮称）実施事業業務委託

1. 業務の趣旨・目的

建設業は、社会資本の整備や維持管理、災害復旧や除雪等の担い手として、地域の安全・安心を支える基幹産業であるが、その重要性をはじめ、やりがいや魅力などが、将来を担う若年層に十分に伝わっておらず、担い手不足が深刻となっている。

少子化が進む中、地域建設業の担い手を確保するためには、県内の高校生等に対し、県内建設企業で働くことの魅力を幅広く発信し、将来、県内建設企業に入職してもらうことが必要である。

そこで、県内の高校生等の若年層を対象としたイベントを開催し、建設業の仕事紹介を通じて、建設業で働くことに対して興味を持ってもらうとともに、高校生等と県内建設企業の若手社員との交流等を通じて、県内建設企業で働くことへの理解を深める機会を創出することにより、若年層の入職を増やすことを目的とする。

広告クリエイティブの制作にあたっては、ターゲット層に応じて実施手法を変更するとともに、カスタマージャーニーに基づいた手法の構築により、効率的かつ効果的に実施することを目指す。

1. 委託期間

委託契約締結の日から令和７年10月31日（金）まで

1. イベントの概要
2. 開催年月日

令和７年９月27日（土）10:00～15:00

1. 開催場所

富山駅イベントスペース（エリアＡ，Ｂ，Ｄ）

※エリアは、別添「富山駅周辺図」を参照

1. 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。

1. 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次の表に示すとおりとする。

ア　建設業の仕事に関心が無い、関心はあるがイメージが良くない人

|  |  |
| --- | --- |
| 地 域 | 富山県 |
| 年 代 | １０代～２０代 、その親世代 |
| 価 値 観 | 将来の就職先の候補に建設業の仕事が無い  建設業に３Ｋ（きつい、汚い、危険）のイメージがある |
| 訴求内容 | 建設業の仕事の認知、イメージの向上 |

イ　建設業の仕事に関心がある人

|  |  |
| --- | --- |
| 地 域 | 富山県 |
| 年 代 | １０代～２０代、その親世代 |
| 価 値 観 | 将来の就職先の候補に建設業を考えている |
| 訴求内容 | 建設業のイメージのさらなる向上 |

ウ　土木系の学科に在学する生徒及び学生

|  |  |
| --- | --- |
| 地 域 | 富山県 |
| 年 代 | １０代～２０代 |
| 価 値 観 | 将来の就職先の候補に建設業を考えている |
| 訴求内容 | 県内建設企業で働くことの魅力を周知 |

(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次に示すとおりとする。

|  |  |
| --- | --- |
| 行動変容 | ・建設業の仕事に関心を持ち、建設業情報発信サイト「富山をTSUKURU」※で情報を得る  ・建設業への入職を前提に、就職説明会への参加や会社訪問を行う  ・建設系学科のある高校や大学に入学する  ・県内建設企業に就職する  ・親世代に対し、就職先としての建設業に対する理解を深める |

※「富山をTSUKURU」　https://www.pref.toyama.jp/tsukuru/index.html

（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。

1. 目標値（ＫＰＩ）の設定

・５(１)(ア)のターゲットについては、来場者アンケートによるイメージの向上数、５(１)(イ)のターゲットについては、建設業情報発信サイト「富山をTSUKURU」のアクセス数を目標値の一つとして、必ず設定すること

・その他本業務の目的を達成するうえで必要な目標項目と目標値がある場合は、具体的に設定し、その内容を提案書に記載すること。

・設定した目標値を達成した場合においても、事業効果の最大化を目指して業務を継続し、効果的な運用に努めること。

（３）イベント企画

・本事業のイベント名を提案し、イベントの広報に利用すること。

・団体（R6実績：出展６団体、協力２団体）、高等学校（R6実績：３校）及び県が円滑に出展できるよう企画、調整を行うこと

・イベントの企画にあたっては、事前に開催場所を所管する富山市へ相談し、実施可能か確認すること（特に、重機の搬入については、富山市へ相談のうえ慎重に行うこと）

・富山駅イベントスペースのうち、使用するエリアは、Ａ，Ｂ，Ｄとし、各エリアについて、富山市から全面の使用許可を得ること

・大型モニターを設置し、建設業のＰＲ動画を放映すること

　　なお、ＰＲ動画は団体から提供を受けたものを放映することとし、大型モニター（86インチ）の設置に係る費用は受注者が負担すること。

・出展団体が建設業の仕事紹介（体験、実演、展示等）を円滑に行えるよう、調整の上、各団体にブースを割り当てること。

・県内建設企業への就職につながるように、参加団体と、中高生及び親世代が自然な形で交流する企画を具体的に提案すること。その際は、土木系学科に在学する生徒とそれ以外の生徒の興味・関心の相違を意識し、それぞれにとって有意義な企画となるようにすること。

・その他、若年層の来場につながる企画を提案し、実施すること。

（４）イベント運営

①進行管理、運営等

・会場の確保、会場との連絡調整や諸手配（支払い含む）を行うこと。

・進行台本、会場レイアウト、人員体制、緊急時対応等を含んだ運営マニュアルを作成し、事前に県と協議して承認を得ること。

・会場設営（機材の手配・設置を含む）、当日進行、団体誘導、会場整理等、イベントの進行に必要な一切の業務を行い、関係者と連携をとりながら円滑な運営を図ること。

・開催場所への備品搬出入は各駐車場より行うこと

　やむをえず開催場所へ車両で進入する場合は、事前に富山市に許可を得ること

・のぼり旗を最低10本作成し、イベント当日に使用すること。

・総合案内所の設置及び運営を行うこと。

・イベント傷害保険に加入すること。

・イベントの様子を撮影し、電子データで提出すること。

・来場者にアンケートを行うこと。また、効果的なアンケートの集計方法について提案すること。

・その他企画の実施に必要な準備一切を行うこと。

②団体、高等学校との連絡調整

・団体、高等学校との連絡調整を行うこと。

・団体、高等学校に対して、イベント開催当日の事前説明及び会場確認を行うこと。

1. 受注者による広告運用計画の作成

・次に掲げる事項を盛り込んだ「広告運用計画」を作成し、契約締結後速やかに県に提出し、説明のうえ、承認を得ること。

【広告運用計画に盛り込むべき事項】

* 1. 本業務を通じたカスタマージャーニー

本業務におけるターゲットを元に本業務を通じたカスタマージャーニーを設定する。

* 1. 事業期間を通じた広告の運用方針、カスタマージャーニーに基づき、以下を設定する。

Ａ）広告手法（デジタル広告、アナログ広告等）

Ｂ）掲出プラットフォーム（Google、Instagram、新聞等）

Ｃ）各広告（ディスプレイ広告、検索連動型広告、動画広告等）

Ｄ）各広告（上記C）の経費配分のバランス方針

Ｅ）各広告（上記C）の具体的な運用方法

Ｆ）運用スケジュール（後述（７）参照）

* 1. 情報発信コンテンツ（広告クリエイティブ）の作成方針（後述（６）参照）
  2. 広告効果の検証及び運用の見直し方法
  3. 目標設定（前述（２）参照）
  4. その他必要な事項

（６）情報発信コンテンツ（広告クリエイティブ）の制作

・ターゲットに対して、起こしてもらいたい行動変容を促す広告クリエイティブを制作すること。広告クリエイティブの内容については、下記のとおりとし、その他効果的な手法があれば提案すること。

1. イベントのチラシを制作し、富山県内の小学校、中学校、高等学校（全日制、定時制、通信制）、高等支援学校及び富山高等専門学校（１～３学年）の全生徒に対し配付すること（Ａ４サイズ、両面カラー刷り）。
2. イベントの特設サイトを開設し、各ブースの出展内容や会場内の見取り図等を掲載すること。
3. ①②以外に、新聞等の紙媒体での広告や、ウェブ、SNS等の電子媒体での広告など、ターゲットを見据え、高い広報効果が見込める内容、部数・回数、媒体等を提案し、実施すること。
4. 電子媒体での広告を実施する場合、広告の閲覧数等の数値目標について、項目や把握方法も含め、提案に必ず盛り込むこと。
5. 広告を実施するにあたっては、予め県に内容を提出し、了承を得ること。
6. 提案した数値目標等を達成するよう努めるとともに、結果を業務完了後に提出する実績報告書に記載すること。

（７）広告の運用管理

・広告は、ディスプレイ広告、検索連動型広告、動画広告等の各手法を用いて、ターゲット層への情報発信を行うこと。手法やその組み合わせ方法等は提案すること。

・透明性確保、費用対効果の明確化のため、広告費用のうち、広告媒体原価と管理運用費は分けて見積もること。

（８）効果測定、改善

・本業務により配信する広告のインプレッション数、クリック数、クリック率、クリック後の行動等を閲覧者の属性（地域、性別、年代や興味関心等）ごとに適宜分析しながら、検索広告、ディスプレイ広告におけるキーワード等設定の見直しについて、県に協議すること。

６　成果物及び提出物

1. 広告クリエイティブ

・本業務により制作した広告クリエイティブは、制作完了後、データにて納品すること（チラシについては、令和７年８月22日（金）までに紙媒体でも提出すること。）。

1. 実績報告書

・令和７年10月31日（金）までに、以下の内容を含んだ実績報告書（任意様式、電子媒体１部）を提出すること。

* 1. 本業務にかかる効果検証分析レポート
  2. 本業務の分析結果により、来年度以降のターゲティング案とプロモーション戦略について、改善案と示唆
  3. イベントで撮影した写真
  4. 来場者アンケートの集計・分析（アンケートの集計・分析にあたっては、データのクロス集計を行うなど、イベントの効果を詳細に考察するとともに、集計データを実績報告書と併せて提出すること。）
  5. その他県が必要と認めた資料

７　その他業務実施上の条件

1. 「デジタルマーケティング留意事項」を遵守すること。
2. 事業の実施においては、富山県土木部建設技術企画課建設業係（以下「県」という。）に対して緊密に進捗状況等を報告、確認し、県の指示のもと必要に応じた修正を随時行うこと。
3. 本業務により作成し、発注者に提出した納品物の所有権、著作権、著作隣接権、商品化権及び意匠権は発注者に帰属するものとし、発注者において自由に利用・修正・公開することができるものとする。
4. 受注者は、関係法令を遵守すること。本件に使用する映像、イラスト、写真、その他資料等について、第三者が権利を有するものを使用する場合、第三者との間で発生した著作権その他知的財産権に関する手続や使用権料等の負担と責任は、全て受注者が負うこと。
5. 個人情報の取扱いにあたっては、別記「個人情報取扱特記事項」を遵守すること。
6. 受注者は事業を履行するにあたり、第三者に損害を与えたときは、その損害の賠償を行うものとする。
7. 什器・備品、音響設備等は委託料に含めること。
8. イベントの周知は受注者が全て行うこと。
9. 成果品について第三者と紛争が生じたときは、受注者の責任と費用分担において解決すること。

（10） 本仕様書に記載された業務に加え、プロポーザルにおいて提案した企画にかかる業務についても、あわせて実施すること。

（11） この仕様書に定めのない事項については、必要に応じて県と協議すること。

（12） 本仕様書はプロポーザル用であり、採用者とは、内容を協議の上、契約を締結するものとし、契約内容等については、協議のなかで企画提案書等の内容から変更・修正する場合がある。

**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、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） 受注者は、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ティング並びに、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。