

若者をターゲットとした県政発信力強化事業業務委託仕様書

1 業務名称

若者をターゲットとした県政発信力強化事業

2 委託業務の目的

本県では、「オープンで分かりやすい県政」に不満・やや不満を感じる 20～39 歳が約 4 割に上り、全世代平均（約 3 割）より高い水準となっており、若者の地域への関心と愛着を高めるためには、若者が共感し、「知りたい」と感じるように情報を届けることが重要である。

本事業では、①若者自身が主体となり、同世代をターゲットとした県政情報発信の企画・制作に取り組むこと、また、②インターネット広告などを活用し、若者へ県政の情報や県の魅力を届けることで、若者の富山への関心・共感を高め、県政参加や地域への愛着を醸成することを目的とする。

3 委託期間

契約日から令和 8 年 3 月 31 日まで

4 委託業務内容

(1) ワークショップ「若者広報ラボ」の開催

本業務の目的を達成するため、県内の大学生・専門学生（若者）が主体となり、若者をターゲットとした県政情報発信の企画制作を実施するワークショップを開催

＜業務内容＞

①企画制作

若者を対象に地域課題の解決に向け、若者の意識変容を促す内容のショート動画制作に向けたワークショップを実施する。同世代の共感を生む動画とするため、参加者から動画の企画・制作のアイデアを引き出して具体化していくよう企画すること。

i. 実施時期および回数

令和 8 年 3 月までに 4 回（4 時間×4 回）程度実施する。

※「4 時間×4 回」の実施は必須ではなく、より高い効果が見込まれる時間および回数による柔軟な実施を可能とする。

※対象となる若者の参加しやすい時期、回数について受託者より提案し、県と協議の上、決定する。県や県内各市町村が主催する他のイベントや大学の試験・行事等と開催時期が被らないよう、配慮すること。

ii. 実施場所

公共交通機関からアクセスの良い富山市内の会議室・コワーキングスペースなどを受託者において確保すること。

iii. ファシリテーター、講師

ワークショップを進行するファシリテーター等を選定すること。

SNS マーケティング・動画制作の専門家（若者に影響力のあるインフルエンサーなど）を講師として選定すること。

iv. 実施内容（例）

1 回目

- ・地域課題の理解と対策について意見交換（課題意識を持つ担当課による基礎知識講座）
- ・SNS や動画等での情報発信に係る講座
講師による効果的な発信方法を学ぶ講座を実施
- ・動画企画のブレインストーミング
どのような動画なら同世代の共感を得られるかアイデアを出し合い、ストーリーやテーマを決定

2 回目

- ・制作動画のテーマ、構成等の決定
動画の詳細なシナリオ等を決定し、企画構成に基づき、動画の制作に必要な素材の収集を行い、撮影イメージを固める。
また、講師からのアドバイスを随時実施する。

3 回目

- ・動画の撮影、編集
動画のシナリオに基づいた撮影実習、および編集を行う。
※なお、ワークショップにおいて動画編集作業を参加学生が行うことは必須ではないが、編集を含めた内容とする場合は、編集用パソコン（2 台）、撮影用カメラ（小型ジンバルカメラ 2 台）、ピンマイク（2 台）を県が提供することが可能である。

4 回目

- ・動画の完成、成果報告
動画制作を通しての気づきや学びなどの共有する場を設ける。

※iv 実施内容（例）を踏まえ、具体的な企画を提案すること

②ワークショップの管理運営

- ・参加申し込みの受付、参加者のとりまとめ、必要な連絡調整
- ・ワークショップの進行（進行要領等作成を含む）
- ・ワークショップ会場の設営
- ・ワークショップ当日の記録（参加人数、写真等）

③ワークショップ広報・参加者募集

- ・参加者を募集するチラシのデザイン・データ作成を行うこと。
- ・後述 iii) の募集方法を参考に効果的な周知を図り、ワークショップ実施に必要な人数を集めること。

i. 募集対象

地域	県内在住または県内に通学している
年代	大学生または専門学生
価値観	地域課題の解決または SNS や動画での発信に興味がある
行動変容	・ワークショップに参加し、県政の取組みに興味をもつ ・ワークショップ参加後、県の取組みや情報を自発的に収集するようになる

ii. 募集人数

- ・10 名程度

大学生・専門学生からなる 2～3 グループ程度（各 4 名程度）を作る

iii. 募集方法

- ・県公式サイト、SNS (X・Instagram 等)、県内大学・専門学校への周知依頼 等

※募集に関しては、県と受注者が連携して実施することとする。

④動画制作

ワークショップ参加者が撮影した動画等を参加者が検討した構成案をもとに編集を行う。若者の目にとまり視聴完了率の高い動画となるよう、編集方法を工夫して完成させること。

i. 制作時期 第3回ワークショップ後第4回ワークショップ実施前

⑤制作した動画のインターネット広告による情報発信

動画完成後から第4回ワークショップ開催前に、インターネット広告の活用によるターゲット層への効率的な発信を行う。

※富山県公式のアカウント（Instagram・LINE 等）での発信を想定。

⑥インターネット広告の効果測定

- ・インプレッション数、リーチ数、クリック数、視聴完了率等を測定
- 必要に応じて発信方法を改善すること

⑦アンケート結果分析、振り返り

- ・参加者アンケートの実施及びとりまとめ

※アンケート内容は事前に県と協議のうえ決定すること

⑧若者への波及効果に係る調査・検証

・インターネット広告におけるエンゲージメント（いいね・シェア・コメント等）の分析を実施し、若者への波及効果や意識変容について検証する。

- ・上記及び前述した⑦に加え、受託者が有効と考える指標を含めて、本業務の目的を達成するためのK P I 及びその目標値を設定し、効果測定を行うこと。

⑨事務局業務

- ・講師等への謝金、旅費、会場使用料、諸経費等の支払い
- ・講師等との連絡・調整
- ・その他、イベントの開催に必要な事項（県との打合せを含む）

（２）県公式 YouTube チャンネル『DIVE！とやま』での職員制作動画のインターネット広告配信、分析

- 実施時期 令和7年11月～令和8年3月31日まで
- 想定動画本数 30本（毎週木曜日に配信する動画及び配信済動画を想定）

＜業務内容＞

①インターネット広告を活用した広告配信に係る企画立案及び設計

②配信設定（ターゲティング、配信期間の設定等）

※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。

地域	富山県内
年代	20～30代
訴求内容	県庁や県政を知ってもらう 親しみや関心をもっていただく

③目標値（KPI）の設定

- ・広告配信にあたり、以下の具体例を参考に目標値を必ず設定すること。
- ・なお、目標値は具体的に設定し、県と協議のうえ決定すること。

【具体例】

（ア）インプレッション数（表示回数）

（イ）リーチ数（広告を見たユニークユーザー数）

（ウ）エンゲージメント率（反応数）

（エ）動画再生率

- ・設定した目標値達成後も事業効果の最大化を目指して業務を継続すること。

④受託者による広告運用計画の作成

- ・契約締結後速やかに「広告運用計画」を作成し、県に提出・説明・承認を得ること。

【広告運用計画に盛り込むべき事項】

（ア）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。

（イ）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) 掲出プラットフォーム（Google、Instagram等）

- B) 各広告（ディスプレイ広告、検索連動型広告、動画広告等）
- C) 各広告（上記C）の経緯配分のバランス方針
- D) 各広告（上記C）の具体的な運用方法
- E) 運用スケジュール（後述⑤参照）
- (ウ) 広告効果の検証・運用見直し方法
- (エ) 目標設定（前述③参照）
- (オ) その他必要事項

⑤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。

【見積設計の留意事項】

想定動画本数 30 本各動画の視聴回数が 8,000 回程度を目安とする。

- ・ 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。

⑥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。

5 成果物及び提出物

- (1) 県との打合せの際に作成した資料等の電子データ
- (2) 本事業にかかる情報発信の際に発生した成果物（動画、画像、テキストデータを含む）
- (3) ワークショップ「若者広報ラボ」実績報告書
- (4) 広告配信実績報告書（以下の内容を含んだ報告書を提出すること。）
 - 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、来年度以降のプロモーション戦略について、改善案と示唆

6 その他業務実施上の条件

- (1) 受託者は、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、全て受託者が負うこと。
- (2) 本業務は、国の交付金を活用した事業であり、会計検査の対象となることか

ら、当該委託事業が完了した日の属する富山県の会計年度終了後、5年間保管すること。

- (3) 成果物に関する著作権、著作隣接権、商品化権、意匠権及び所有権（以下「著作権等」という。）は、県が保有するものとする。
- (4) 成果物については、原則として富山県が複製し、若しくは翻案、変形、改変その他の修正をすることができるものとする。ただし、制作の都合上止むを得ず、著作権を富山県に譲渡できない写真、文章等を使用する場合は、事前に富山県知事政策局広報課に申し入れを行い、了解を得ること。富山県に著作権を帰属させることができない写真、文章等の二次利用については、その都度、県と協議すること。
- (5) 特許権、実用新案権、意匠権、商標権その他日本国の法令に基づき保護される第三者の権利の対象となっている履行方法等を使用するときは、受託者がその使用に関する一切の責任を負うこと。
- (6) 別紙「デジタルマーケティング留意事項」を遵守すること。
- (7) 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。
- (8) 本業務の遂行にあたり、疑義が生じた場合は、県と十分協議すること。

(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て、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（マイククライアントセンタ

- 一) 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。