

「関係人口創出に向けた情報発信事業」実施業務
業務委託仕様書（案）

1 概要

県の魅力を発信するオウンドメディア「doors TOYAMA」を活用し、主に富山県への関心が高くない層に向けて、県外からの視点で産業・暮らしなど本県の幅広い魅力を発信することにより、本県の認知度向上と良質なイメージ形成を図り、関係人口の増加を目指す。

2 業務名 「関係人口創出に向けた情報発信事業」実施業務

3 委託期間

契約締結日から令和8年3月31日まで

4 委託業務の内容等

(1) オウンドメディア「doors TOYAMA」のコンテンツ作成に関すること

富山県の旬で魅力的な情報を集約・発信するためのオウンドメディア「doors TOYAMA」の記事コンテンツを作成すること。なお、作成にあたっては、以下の点に留意すること。

(参考)doors TOYAMA(<https://www.info-toyama.com/doors-toyama/>)

① 目的

県内各地の最新情報、トピックスなど、本県の魅力が伝わる情報を掲載し、「富山県」の良質なイメージを県外に定着させるとともに、本県のファンを醸成するもの。

② メインターゲット

主に首都圏・関西圏を中心とした20～30代の男女

③ 実施時期

契約締結日から令和8年3月31日まで。

④ 掲載方法・回数

全6本程度、富山県の隠れた魅力や旬な情報について、受注者側で素材収集、情報選定を行い、県担当者と協議の上取材し、記事として書き起こすこと。

⑤ 制作条件

実績のある編集者、カメラマンを含む編集体制を構築し、企画提案、取材、原稿作成、入稿(校正作業も含む)及びこれらに関する各種調整までを行うこと。

【テーマ選定】

(ア) 他の都道府県と比較し、本県が持つ特徴的な魅力がターゲットに対し効果的に伝わるよう、掲載内容や記事の切り口などを工夫すること。

(イ) 記事だけでなく、動画や写真を活用したコンテンツなど、ターゲットに対し効果的に伝わるよう発

信方法を工夫すること。

(ウ) 掲載内容に関する情報収集については原則受注者側で行うこと。

(エ) エリアバランスやシーズンに配慮したコンテンツであること。

(オ) コンテンツは、主に以下の 3 つのテーマの中からバランスよく選定すること。

(テーマ)

a. 富山の豊かな自然を活かし育まれてきた「ものづくり」にフォーカスしたもの

b. 富山の心地よい環境、健康的な食文化など「くらし」にフォーカスしたもの

c. 多様な人々が自分らしく生きることができる「ウェルビーイング」にフォーカスしたもの

【取材・撮影】

(ア) 取材に係る必要経費(交通費、宿泊費、取材費、著作権使用料等)は委託料内で支払いをすること。

(イ) 実施時期については、県と調整し、事前に撮影日を発注者に連絡すること。

【記事作成】

(ア) 記事1本につき、写真6枚以上、1,800文字以上を基本とするが、より効果的な提案を妨げるものではない。

(イ) タイトルや記事構成等が SEO 対策に効果的となるよう、文字や構成等を工夫すること。

(ウ) 完成までに発注者から複数回の内容及び修正指示の機会を設けること。

【入稿】

「doors TOYAMA」管理画面より入稿、編集作業を行うこと(写真だけでなく段落途中に動画を加えることも可能)。

【その他】

取材で撮影した動画や画像(モデルを使用する場合も含む)の二次利用については、県が PR を目的に SNS 等で使用する場合の利用を妨げないこと。なお、原則として、令和8年度以降も継続的に配信できる内容とすること。

(2) 広告配信に関すること

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、配信の設定、分析までを行うこと。実施期間、ターゲットはオウンドメディアに準じること。

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(配信期間の設定)

③ 目標値(KPI)の設定

(ア) 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。

(イ) 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)

a. インプレッション数(表示回数)

b. リーチ数(広告を見たユニークユーザー数)

c. エンゲージメント率(反応数)

(ウ) 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 受注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、SNS 広告)

c. 各広告(上記 b)の経緯配分のバランス方針

d. 各広告(上記 b)の具体的な運用方法

e. 運用スケジュール

(ウ)広告効果の検証・運用見直し方法

(エ)目標設定

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、SNS 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。

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

(1) 成果物は以下のとおりとする

① 成果報告書(KPIの達成状況や広告実績等を含む)

② オウンドメディアに関するドキュメント一式(オウンドメディアに使用した画像、写真、文章 等)

(2) 成果物に関する著作権等について

① 成果物を構成しまたは成果物に関連して生じたすべての著作権(著作権法第27条および第28条の権利を含む、ライターの執筆にかかわる著作権、イラストレーターの描くイラストにかかわる著作権、カメラマンの撮影した写真にかかわる著作権、その他の著作物にかかわる著作権および受注者自身が著作した著作物を指す)は、受注者に留保される。

② 成果物に関する著作権の取扱いおよび二次的使用の範囲について変更が生じた際には、発注者受注者で別途協議しなければならない。

- ③ 受注者は、発注者または発注者が指定する第三者に対し、成果物に関する著作権人格権を行使せず、また、当該作成者に行使させないことを保証する。

6 留意事項等

- ① 事業の実施にあたっては、企画立案と設計を遂行可能なプロジェクトリーダーを配置し、取組みを検討・実施すること。
- ② 専任の担当者を配置し、県との打合せ等に出席させること。また、電話、メール等にて迅速かつ確実な連絡体制をとること。
- ③ 業務の実施に当たっては、発注者と必要な協議及び打ち合わせを十分に行い、疑義がある場合には双方協議の上、業務を進めるものとする。
- ④ 事業の実施にあたり業務全体の詳細な工程表を速やかに作成し、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、受注者がその使用に関する一切の責任を負うこと。
- ⑥ 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ものとする。