

令和 8 年度富山県地域おこし協力隊の募集に関する業務委託仕様書

1 委託する業務名

令和 8 年度富山県地域おこし協力隊の募集に関する業務

2 業務の趣旨・目的

本業務は、令和 8 年度の富山県地域おこし協力隊（4 名）の募集において適切な人材を獲得することを目指すため、効果的な広報の実施等により採用活動を支援することを目的とするものである。

3 委託期間

契約締結の日から令和 8 年 10 月 30 日（金）まで

4 委託業務の内容

委託する業務の内容は、次のとおりとし、別紙「募集スケジュール」を参照の上、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、富山県と協議のうえ、実施すること。

なお、下記に記載のない業務についても、予算の範囲内において、より効果的な提案を妨げるものではない。

(1) 募集記事の作成

ア JOIN・SMOUT に掲載する募集記事の作成及び編集。記事の作成にあたっては、ターゲットに対して効果的なキャッチコピーや文章、画像を作成し、配置すること。必要に応じてテキスト情報及び画像素材等は委託者から提供する。なお、JOIN の募集ページについては、元となる募集要項を作成済みのため、その要項を参照し作成および編集を行うこと。

イ JOIN 及び SMOUT（プレミアムプラン）は県の既存のアカウントを使用する。

ウ 募集記事は令和 8 年 5 月 1 日までに公開すること。

(2) 募集の広報

募集広報を行うため、SNS や WEB サイト等を利用した周知を行うものとする。

①ターゲットの設定、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 地域おこし協力隊に興味がある人

地 域	県外（特に首都圏・関西圏）
年 代	特に 20 代～40 代
価 値 観	<ul style="list-style-type: none"> ・地域貢献活動をしてみたい ・地元貢献したい
訴求内容	<ul style="list-style-type: none"> ・各募集案件の魅力 など

イ 地域おこし協力隊制度を知らないが、各募集案件の業務内容やテーマに興味がある人

地 域	県外（特に首都圏・関西圏）
年 代	特に 20 代～40 代
価 値 観	<ul style="list-style-type: none"> ・新しいチャレンジをしてみたい ・培ってきたスキルや関係性を生かし、キャリアアップ・スキルアップをしたい人
訴求内容	<ul style="list-style-type: none"> ・各募集案件の魅力 ・着任後のキャリアアップ・スキルアップ など

（ターゲットに起こしてもらいたい行動変容）

行動変容	<ul style="list-style-type: none"> ・募集案件に応募する ・地域おこし協力隊に興味を持ち、HP 等で情報収集を行う
------	--

（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。

② 目標値（KPI）の設定

4 (2) ①ア・イのターゲットについては、参加者数を最大にするという課題に対して、施策の最適化を行う目的にふさわしい KPI を設定すること。なお、その数値を計測するためのタグマネージャーの設定、計測ツールの設定なども、行うこと。

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、その内容を広告運用計画に記載すること。

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 受託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】

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) 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）の経緯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④参照）

ウ 情報発信コンテンツ（広告クリエイティブ）の作成方針

エ 広告効果の検証及び運用の見直し方法

オ 目標設定（前述②参照）

カ その他必要な事項

④ 広告の運用管理

各募集案件への申込につながるよう、広告運用管理を行う。

ア インターネット広告等の実施

- ・インターネットや SNS 等の媒体の活用により、4 (2) ①ア・イで設定するターゲットに対し、効果的に周知する方法を提案し、実施すること。
- ・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、4 (2) ①ア・イで設定する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。

- ・インターネット広告は、令和8年5月1日に開始すること。

イ その他

インターネットやSNS等以外による広告手段の提案も可能とするが、その場合にも、効果測定が可能なものを提案すること。

⑤ 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、コンバージョン数、コンバージョン率、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。

ア 初動の報告

計測開始から2週間程度を目安に、初動の結果報告や今後の対策についての説明を行うこと。

イ 分析結果の報告

- ・本業務終了時の成果物として、「業務結果報告書」を作成すること。本業務の分析結果により、次回募集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、改善案と示唆すること。
- ・報告の際、必要に応じて運用の見直し等についての提案を行うこと。なお、提案は理解しやすいものを必須とし、理解が難しいものは再提出を指示する。
- ・その他、4(2)②で定めたKPIについて、広告の管理画面上から得られるデータを記載するだけでなく、事業の成果最大化に向けた幅広い視野で作成すること。なお、報告書は修正を依頼した際は、対応すること。

(3) 隊員希望者のスカウト

①スカウトの実施

地域おこし協力隊として意欲的に取組むことが見込まれる人材に対して、WEBサイト等を利用したスカウトを実施する。

②効果測定、改善

スカウトを行った者の属性（地域、性別、年代や興味関心等）ごとに、スカウトへの反応を適宜分析しながら、運用の見直しなどについて、スカウトの状況報告を2週間ごとに報告すること。

5 業務実施体制

- (1) 業務担当者を1名以上配置すること。
- (2) 複数名配置する場合は、主担当者を定めること。

6 成果物及び提出物

(1) 報告書

納入期限までに業務の実績をまとめた実績報告書を提出すること。

(2) 納入期限

令和8年10月30日（金）

(3) 納入場所

富山県地方創生局ワンチームとやま推進室中山間地域支援・移住促進課（担当：市井）

住所：〒930-8501 富山県富山市新総曲輪1番7号

電話：076-444-9605

E-mail：aijusokushin@pref.toyama.lg.jp

7 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) 委託業務に関して収集された情報に係る著作権及び著作権（著作権法（昭和45年法律第48号）第27条に規定する権利を含む）は、委託料の支払と引換えに委託者に譲渡するものとし、委託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。但し、受託者が作成したチラシその他の広告物等は、受託者において委託業務以外においても自由に編集・使用等できるものとし、委託者はこれを予め承諾する。
- (3) 受託者は、本業務に係る個人情報の取扱いについては、別記「個人情報取扱特記事項」を遵守しなければならない。
- (4) 委託業務の遂行にあたり、別記「デジタルマーケティング留意事項」を遵守すること。ただし、受託者が実際に行うデジタルマーケティングの範囲は、委託者と受託者の協議で決定する。
- (5) 委託業務は、委託者の採用活動を支援することを目的としており、採用を条件とするものではない。

- (5) 受託者は、必要に応じて適宜、委託者と打合せを行うこと。
- (6) 本仕様書に明示のない事項、又は業務上疑義が発生した場合は、両者協議により業務を進めるものとする。

個人情報取扱特記事項

第1 基本的事項

受注者は、この契約による事務（以下「委託事務」という。）を処理するために個人情報等（個人情報の保護に関する法律（平成15年法律第57号。以下「法」という。）第2条第1項に規定する個人情報（特定個人情報を除く。以下同じ。）、法第2条第5項に規定する仮名加工情報、法第2条第6項に規定する匿名加工情報、法第73条第3項に規定する削除情報等、法第109条第4項に規定する削除情報及び法第116条第1項の規定により行った加工の方法に関する情報をいう。以下同じ。）を取り扱うに当たっては、個人の権利利益を侵害することのないよう、個人情報等の取扱いを適正に行わなければならない。

第2 取得の制限

受注者は、委託事務を処理するために個人情報等を取得するときは、当該委託事務の目的を達成するために必要な範囲内で、適法かつ適正な方法により取得しなければならない。

第3 個人情報等に関する秘密の保持

受注者は、委託事務を処理する上で知り得た個人情報等に関する秘密を漏らしてはならない。この契約が終了し、又は解除された後においても、同様とする。

第4 利用及び提供の制限

受注者は、発注者の指示又は承認があるときを除き、委託事務を処理するために取り扱う個人情報等を当該委託事務の目的以外の目的のために自ら利用し、又は提供してはならない。この契約が終了し、又は解除された後においても、同様とする。

第5 安全確保の措置

受注者は、委託事務を処理するために取り扱う個人情報等の漏えい、滅失又はき損の防止その他の当該個人情報等の適切な管理のために必要な措置を講じなければならない。

第6 派遣労働者等の利用時の措置

- 1 受注者は、委託事務を派遣労働者、契約社員その他の正社員以外の労働者に行わせる場合は、正社員以外の労働者にこの契約に基づく一切の義務を遵守させなければならない。
- 2 受注者は、発注者に対して、正社員以外の労働者の全ての行為及びその結果について責任を負うものとする。

第7 再委託

- 1 受注者は、個人情報等を取り扱う業務を第三者（受注者の子会社（会社法（平成17年法律第86号）第2条第1項第3号に規定する子会社をいう。）である場合も含む。）に再委託する場合、事前に発注者の記録に残る方法による承認を得るとともに、本特記事項に定める、発注者が受注者に求めた個人情報等の適切な管理のために必要な措置と同様の措置を当該第三者も講ずるように求め、かつ当該第三者が約定を遵守するよう義務づけなければならない。
- 2 受注者は、発注者に対して、再委託先の全ての行為及びその結果について責任を負うものとする。
- 3 1、2の内容は、承認を得た再委託先の変更並びに再委託先が再々委託及びそれ以下の委託を行う場合についても同様とする。

第8 従事者への周知及び監督

- 1 受注者は、委託事務に従事している者（以下「従事者」という。）に対し、在職中及び退職後において、当該委託事務に関して知り得た個人情報等の内容をみだりに他人に知らせ、又は不当な目的に利用してはならないことを周知しなければならない。
- 2 受注者は、委託事務を処理するために取り扱う個人情報等の適切な管理が図られるよう、従事者に対して必要かつ適切な監督を行わなければならない。

第9 複写又は複製の禁止

受注者は、委託事務を処理するために発注者から引き渡された個人情報等が記録された資料等を複写し、又は複製してはならない。ただし、あらかじめ発注者の書面による承認を受けたときは、この限りでない。

第10 資料等の返還及び廃棄

- 1 受注者は、委託事務を処理するために発注者から引き渡された個人情報等が記録された資料等を、業務完了（業務中止及び業務廃止を含む。以下同じ。）後直ちに発注者に返還しなければならない。ただし、発注者が別に指示したときは、その指示に従うものとする。
- 2 受注者は、委託事務を処理するために発注者から引き渡され、又は受注者が自ら作成し、若しくは取得した個人情報等が記録された資料等（前記1の規定により発注者に返還するものを除く。）を、業務完了後速やかに、かつ、確実に廃棄しなければならない。ただし、発注者が別に指示したときは、その指示に従うものとする。

第11 取扱状況の報告及び調査

発注者は、必要があると認めるときは、委託事務を処理するために取り扱う個人情報等の取扱状況を受注者に報告させ、又は随時、実地に調査することができる。

第 12 指示

発注者は、受注者が委託事務を処理するために取り扱っている個人情報等について、その取扱いが不適正と認められるときは、受注者に対して必要な指示を行うものとし、受注者はその指示に従わなければならない。

第 13 事故報告

受注者は、この契約に違反する事態が生じ、又は生ずるおそれがあることを知ったときは、速やかに発注者に報告し、発注者の指示に従うものとする。

第 14 損害のために生じた経費の負担

委託事務の処理に関し、個人情報等の取扱いにより発生した損害（第三者に及ぼした損害を含む。）のために生じた経費は、受注者が負担するものとする。ただし、その損害が発注者の責めに帰する事由による場合においては、その損害のために生じた経費は、発注者が負担するものとする。

第 15 名称等の公表

発注者は、受注者がこの契約に違反し、個人情報等の不適正な取扱いを行った場合において、事前に受注者から事情の聴取を行った上で、次の(1)から(5)までのいずれかに該当すると認められるときは、受注者の名称、所在地及びその個人情報等の不適正な取扱いの内容を公表することができる。

- (1) 第 3 の規定に違反し秘密を漏らしたとき。
- (2) 第 4 の規定に違反し目的外の利用又は提供をしたとき。
- (3) 第 5 の規定に違反し必要な措置を怠り個人情報等を漏えい、滅失又はき損したとき。
- (4) (1)から(3)までに相当する個人情報等の不適正な取扱いがあるとき。
- (5) (1)から(4)までに規定するもののほか、個人情報等の不適正な取扱いの態様、個人情報等の内容、損害の発生状況等を勘案し、公表することに公益上の必要性があるとき。

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、内容について委託者の承認を得ること。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委託者に譲渡すること。

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、委託者が別途指定する「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、その内容を委託者に報告すること。
- (3) 各種設定には、内容について委託者の承認を得ること。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、委託者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委託者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、委託者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委託者が別途指定する 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、委託者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) 委託者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、作成した動画は委託者が運営する 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。