

# 自転車損害賠償保険等加入促進キャンペーン事業委託仕様書

## 1 委託業務名称

自転車損害賠償保険等加入促進キャンペーン事業委託

## 2 委託業務の目的

富山県自転車活用推進条例の一部改正により、自転車損害賠償保険等への加入が『義務化』されたことについて、施行（R8.10.1）までの期間を重点的に、影響を受ける県民や団体等に対して広報を効果的に展開し、認知度及び加入徹底を図る。

## 3 契約期間

契約締結日から令和9年3月12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、具体的な取組みについては、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)

地域	富山県内
属性	自転車を利用する者（10代後半～60代）
価値観	<ul style="list-style-type: none"><li>・自転車損害賠償保険等について知識がなく、どのような保険に入ればよいか分からない。</li><li>・保険加入の際に費用がかかり、経済的な負担を感じる。</li><li>・自転車は自動車と異なり、事故により重大な損害や高額な賠償が発生するとは思っていない。</li><li>・運転に自信があるため、保険に加入する必要性を感じていない。</li></ul>
訴求内容	<ul style="list-style-type: none"><li>・富山県自転車活用推進条例の一部改正に伴い、令和8年10月1日より自転車損害賠償保険等への加入が『義務化』される。</li><li>・自転車は誰でも乗れる移動手段であるが、場合によっては相手の身体に重大な損害を与えるものであり、過去には加害者に対し高額な賠償請求を課せられた事例もある。</li><li>・自転車事故による被害者および加害者双方の救済の観点から、保険加入が重要である。</li></ul>

(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"><li>・自転車損害賠償保険等への加入が『義務化』となることを知る。</li><li>・現在自分が加入しているか確認する。</li><li>・自転車損害賠償保険等の内容（種類等）や重要性を理解する。</li><li>・加入していない場合、自転車損害賠償保険等に加入する。</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) 受託者による業務スケジュールの作成

クリエイティブ制作や、広告発信設計・設定などに関する「広告運用スケジュール」を作成し、契約締結後速やかに県に提出し、説明の上、承認を得ること。

(3) ポスター及びチラシの作成及び送付

① 印刷版下データの作成

ア ポスターの規格

- ・サイズ・枚数 ページ片面 A2判 900枚以上
- ・色の使用 4色カラー

イ チラシの規格

- ・サイズ・枚数 ページ両面 A4判 80,000枚以上
- ・色の使用 4色カラー

② ポスター・チラシの送付

作成したポスター及びチラシについて、別紙「ポスター・チラシ内訳」に示した施設、団体に対して送付すること。

③ 電子媒体の提出

ポスター・チラシの各データについて、PDF形式で提出すること。

(4) 情報発信コンテンツ（広告クリエイティブ）

動画コンテンツ（15秒）については、**発注者側**で作成したものを使用することができる。

(5) SNSを活用した広告配信

YouTube、Tver、Instagram、LINE、Facebook等 SNS 広告を用いて、ターゲット層への情報発信を行い、県ホームページへの誘導を図る。

① 配信期間

キャンペーン期間を考慮し、効果的な配信期間を提案すること。

② 対象者

ターゲットを考慮し、効果的な対象者及び広告種別を提案すること。

③ 目標値

ターゲットについて、動画の再生回数を目標値（K P I）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やK P I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K P I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。

【K P I の設定（例）】

- ・ 動画の再生回数 150,000 回以上
- ・ 県ホームページの閲覧数 ※県と協議のうえ決定

(6) 広告の運用管理

① 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。ターゲットを元にカスタマージャーニーを設定し、掲出プラットフォーム、広告種別、その組み合わせ方法、経費配分、運用方法や運用スケジュールは提案すること。

② 透明性確保、費用対効果の明確化のため、広告費透明性確保、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。

(7) 効果測定、改善

① 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（性別、年代等）ごとに適宜分析しながら、設定の見直しについて、県に協議すること。

② 広告の運用状況及びそれに基づく結果を報告書としてとりまとめを行い、月に1回以上県に報告すること。

③ 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。

6 その他業務実施上の条件

(1) 別紙「デジタルマーケティング留意事項」を遵守すること。

(2) 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。