

「電車・バスで行こう！」推進事業業務委託仕様書

1 委託する業務名

「電車・バスで行こう！」推進事業業務委託

2 業務の趣旨・目的

(1) 「電車・バスで行こう！」キャンペーンの実施

日頃、自家用車を利用している県民に公共交通を積極的に利用するきっかけをつくるため、市町村や交通事業者等と連携したキャンペーンを実施する。

実施に当たっては、市町村、協力企業等と連携しながら、スマートフォンアプリ「my route」（運営：富山 my route 推進協議会）が販売するデジタル乗車券の利用を促進するとともに、県民が、公共交通に乗りたくなる関連企画を実施することで、公共交通に対する興味関心を高め、移動手段の選択肢の一つとなる行動変容を起こすことを目的とする。

また、令和7年度に実施した2回のキャンペーンを発展的に継続し、既にキャンペーンに参加したことのある県民が何度も参加したくなるような企画、これまでに参加したことはない県民が新たに参加したくなるような企画を効果的かつ効率的に実施することを目指す。（令和7年度に実施したキャンペーンの概要は別紙1を参照。）

(2) 「でんしゃ・バスまち店舗」の設置

電車やバスの利用者が、日差しの強い日や雨・雪が降る日でも、近くの店舗の中で、快適に電車やバスを待つことができるようにする取組みである「でんしゃ・バスまち店舗」を設置し、沿線店舗の参画を推進する。

3 委託期間

委託契約締結の日から令和9年3月26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。

また、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。

(1) 「電車・バスで行こう！」キャンペーンの実施

令和6年度から4回（第1弾～第4弾）実施した上記キャンペーンの第5弾以降を継続して実施することとし、実施回数や時期、期間について提案すること。なお、キャンペーン期間にスマートフォンアプリ「my route」上に造成する企画乗車券（以下「企画乗車券」という。）は、平日に限り90分間対象路線が乗降・乗換え自由なものとする。

企画乗車券の販売枚数及び個人・法人の参加登録数をKPIとして設定すること。

より多くの県民の参加を促すため、また、令和7年度事業のアンケート結果では、本事業の周知が不足しており、もっと周知が必要といった意見が多数寄せられていることから、上記キャンペーンの効果的なPR方法を具体的に提案すること。PR方法としては、下記①、②、⑤を必須項目として実施すること。また③、④についても効果的な内容で幅広く提案すること。

ただし、最終的なキャンペーンの実施回数や時期、期間については、契約後に富山県交通戦略企画課（以下「発注者」という。）と協議の上、決定する。

〈PR方法〉

①特設ウェブサイトの構築（必須項目）

ア 特設ウェブサイトの掲載内容

- ・「電車・バスで行こう！」キャンペーンの概要（期間、企画乗車券の内容等）
- ・キャンペーンに参加するメリット
- ・キャンペーンの参加方法（アプリのダウンロード、デジタルチケットの購入方法、デジタルチケットの利用方法）
- ・企画乗車券の乗車可能路線図
- ・申込みフォームへの誘導
- ・キャンペーンへの参画登録企業・団体名
- ・動画を制作する場合はその動画（令和6、7年度「電車・バスで行こう！」推進事業で制作した4種類の動画を掲載する提案も可能とする。）
- ・MaaSアプリ「my route」で販売している既存のデジタル乗車券を紹介し、公共交通利用の機運醸成を図る内容
- ・色のコントラスト等のアクセシビリティに配慮するとともに、広告動画から遷移してきたターゲットが一定時間滞在することを考慮し、上記の内容を効果的に配置すること。
- ・その他、内容については、発注者と協議の上、決定すること。

イ 特設ウェブサイトの構築

別紙2「特設ウェブサイト構築業務事項」によること。

②SNS広告の配信（必須項目）

ア Instagram、YouTube、LINE、Facebook等SNS広告の配信について、キャンペーン期間やターゲットを考慮し、配信内容、対象者、SNS広告のクリック数等の目標値（KPI）を設定し提案すること。

イ 令和6、7年度「電車・バスで行こう！」推進事業で制作した4種類の動画を配信内容に含めた提案も可能とする。

ウ 広告の運用管理

（ア）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

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等は提案すること。

(イ) 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。

エ 効果測定、改善

(ア) 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、発注者に協議すること。各キャンペーン終了後に、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) 広告の運用状況及びそれに基づく分析結果、運用の見直し方法及び結果等について、報告書としてとりまとめを行い、発注者に報告すること。

(ウ) 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。

オ 発注者は、納品された広告データを、県ホームページ、その他のインターネットサイト及び発注者が実施する事業において利用できるものとする。また、受託者がインターネットサイトやSNS、イベント等で利用する場合は事前に発注者の同意を得るものとする。広告データ（音源や著作権等すべて含む）は次年度以降、3年間は無償で利用できることとする。

③沿線店舗と連携した企画の実施

富山県地域交通戦略では、地域住民や地元店舗等との連携により、地域の魅力発見・創造につながる新たな企画乗車券・クーポンの企画立案・作成など、MaaSを通じた地域の関係者の参画を進めることとしている。沿線店舗との連携は地域の活性化、公共交通を利用する機運の醸成、利用者の満足度の向上に資すると考えられることから、企画については、キャンペーンへの参画を促す効果的な内容とすること。

④スマートフォンアプリ「my route」等を活用した連携企画の実施

令和7年度事業のアンケート結果では、土日祝日の本キャンペーンの企画乗車券の利用を求める意見が多く寄せられている。4（1）に記載の通り本キャンペーンの企画乗車券は平日限定とするが、スマートフォンアプリ「my route」では土日祝日も利用できるデジタル乗車券を多数販売している。これら既存の乗車券を活用した公共交通の利用促進企画、キャンペーン期間中に「とやまロケーションシステム」を効果的に周知する方法、令和6年度に作成した「知ってビックリ！乗ってナットク！！電車・バスで行こう！」パンフレットを有効活用したPRの方法についても、併せて提案すること。

さらに、今年度、県では全市町村を巡回し、県地域交通戦略の周知・徹底を図るとともに、「my route」やとやまロケーションシステムの活用方法をPRする「地域交通戦略・マイルート普及推進事業」を実施することとしていることから、当該事業とも連携を図ること。

⑤ポスター及びチラシの制作（下記を必須項目とするが、内容及び枚数については、設定したK P Iの達成のためにより効果的なものがあれば、提案してもよい。）

ア ポスター 300 枚

- ・サイズ B 2 版 ページ 片面
- ・紙質 コート紙 四六版 135 k g
- ・色の使用 4 色カラー
- ・原稿 発注者と協議の上、決定すること。

イ チラシ 10,000 枚

- ・サイズ A 4 版 ページ 両面
- ・紙質 コート紙 四六版 90 k g
- ・色の使用 4 色カラー 裏面単色
- ・原稿 発注者と協議の上、決定すること。

ウ 用紙

- ・古紙パルプが配合されている紙の場合は、古紙パルプ配合率ができるだけ高いこと。
- ・再生利用しにくい加工がされていないこと。

エ 校正 2 回以上、色校正 1 回以上

オ デザイン案 2 案以上、W e b ページ等とのデザインと統一性を持たせること。

カ 電子媒体の提出

- ・チラシ原稿について、P D F 形式で提出すること。

キ 納品及び配布先

- ・ポスター：富山県交通戦略企画課、各市町村及び交通事業者等 50 か所程度
- ・チラシ：富山県交通戦略企画課、各市町村及び交通事業者、交通機関沿線事業所等（配布先・数については提案すること。）

ク 納入期限

- ・各キャンペーン期間の 21 日前に納入すること。

〈その他〉

⑥富山 my route 推進協議会との連携

平日実施のキャンペーンに係る企画乗車券（デジタルチケット）造成、キャンペーン申込フォーム及びスマートフォンアプリ「my route」内告知（各々 3 回）については、アプリの管理者である富山 my route 推進協議会（以下、「協議会」という。）と連携し、協議会の行うチケット造成等に係る費用を協議会に支払うこと。（協議会へ支払う金額は、下記に記載の連絡先に確認すること。）

また、キャンペーン申込みに関する情報について、協議会から提供を受け、取りまとめの上、完了報告において報告すること。

〈連絡先〉

富山 my route 推進協議会 076-432-4141（トヨタモビリティ富山株式会社内）

⑦アンケート結果の反映

各回のキャンペーン終了後に発注者から提供するアンケート調査結果を踏まえて、次回のキャンペーン（令和8年度中に実施するものに限る。）をより効果的に実施するための改善を図ること。

⑧報告書の提出

5（1）の業務完了報告書とは別に各回のキャンペーン終了後、キャンペーンの実施結果を検証し、次回のキャンペーンをより効果的に実施するための改善案を含んだ報告書を提出すること。

（2）「でんしゃ・バスまち店舗」に関すること

電車やバスの利用者が、沿線店舗の中で、快適に電車やバスを待つことができる「でんしゃ・バスまち店舗」の拡大を目指すこととし、下記を実施すること。

なお、令和8年度（7月頃を予定）に開設を予定する店舗は、受注者に対し発注者から提示する予定としている。

①ステッカーの制作 30枚程度（新規開設店舗用）

- ・サイズ 縦180mm×横180mm、1枚カット
- ・色の使用 4色カラー
- ・材質等 白塩ビ+中長期耐候ラミネート
- ・原稿 発注者と協議の上、決定すること。

②ポスターの制作 100枚（新規開設店舗用）

- ・サイズ A3版程度 ページ 片面
- ・紙質 コート紙 四六版 135kg
- ・色の使用 4色カラー
- ・原稿 発注者と協議の上、決定すること。

③のぼりの制作等 5ヶ程度（新規開設店舗用）

- ・サイズ 縦1,400mm×横520mm
- ・仕立て 周囲4辺縫製補強加工
- ・のぼりポール及びスタンド
- ・その他 発注者と協議の上、決定すること。

④新規開設及び既存の「でんしゃ・バスまち店舗」のPRの実施

- ・「電車・バスで行こう！」キャンペーンとの連携等、有効なPRの方法を提案すること。

（3）その他（公共交通を中心とした県民のライフスタイル形成に関する取り組み）

公共交通を中心とした県民のライフスタイル形成に関する内容で、有効な取り組みがあれば実施すること。

例) 大学との連携、「とやまロケーションシステム」の周知 等

5 成果物及び提出物

(1) 業務完了報告書

業務完了後、業務完了報告書を提出すること。広告配信を実施する場合は下記の内容を含むこと。

- 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

(2) 電子記録媒体

本業務で作成した全ての電子データ（(1)及び動画を制作する場合は動画を含む。）を収納した電子記録媒体（DVD-R）を提出すること。

6 その他業務実施上の条件

(1) 守秘義務

受注者は、業務の実施過程で知り得た秘密を第三者に漏らしてはならない。

(2) 再委託

- ・受注者は、本業務の全てを自ら実施するものとし、その全部を一括して第三者に委託し、または請け負わせてはならない。ただし、次項の定めに従い、本業務の一部を第三者に委託し、または請け負わせること（以下「再委託」という。）ができる。
- ・受注者は、再委託をする場合は、再委託の相手（以下「再委託先」という。）を明らかにした上で、再委託先の業務の範囲、再委託を行うことの合理性および必要性、再委託先の履行能力等について書面をもって説明し、再委託に先立って発注者の書面による承認を得なければならない。
- ・受注者は、前項により再委託を行う場合であっても、再委託先の受託業務の遂行過程および結果に対して、本業務の受注者としての責任を負うものとする。

(3) 協議・打合せ

- ・本業務の実施に当たり、業務全体の工程や進め方等について、随時、発注者と情報を共有し、打合せを行うこと。
- ・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、発注者と協議の上、実施すること。

(4) 証拠書類の整理・保存

- ・業務の実施に当たり、事業の経費に関する帳簿と全ての証拠書類（見積書、発注書、契約書、請求書、領収書等支払いを証明する書類等）を他の経理と明確に区分して管理し、その内容を明らかにしておくこと。
- ・事業の経費に関する帳簿と全ての証拠書類を、本業務委託年度の終了後、5年間保存しておくこと。

(5) デジタルマーケティング

別紙3「デジタルマーケティング留意事項」を遵守すること。

(6) 著作権等の扱い

- ・制作物が他者の所有権や著作権を侵すものでないこと。
- ・本業務により作成し、発注者に提出した納品物の所有権及び著作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。
- ・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。

(7) 参考情報

次の情報を参考にする。

富山県地域交通戦略(令和6年2月策定)

https://www.pref.toyama.jp/documents/26258/05_r060220senryaku.pdf

令和7年度「電車・バスで行こう！」キャンペーン特設ページ

<https://www.pref.toyama.jp/densha-bus/>

「知ってビックリ！乗ってナツク！！電車・バスで行こう！」パンフレット紹介サイト

<https://toyama-densha-bus.jp/>

「でんしゃ・バスまち店舗」

<https://www.pref.toyama.jp/8000/kendodukuri/koukyou/koukyoukoutsuu/kj00060723.html>

富山県／「とやまロケーションシステム」(バスの位置情報がわかるサイト)の紹介

<https://www.pref.toyama.jp/8000/kendodukuri/koukyou/koukyoukoutsuu/kj00021125.html>

富山 my route 推進協議会

<https://toyama-city.myroute.fun/>

(8) 本仕様書に定めのない事項等

本仕様書に疑義が生じたとき、本仕様書により難しい事由が生じたとき、あるいは本仕様書に定めのない事項等については、発注者と受注者との協議により定めるものとする。

(別紙1)

令和7年度「電車・バスで行こう！」推進事業の概要

(1) 実施期間

- ①第3弾 10/27(月)～11/16(日) (デジタル乗車券の利用は平日14日間)
- ②第4弾 2/20(金)～3/15(日) (デジタル乗車券の利用は平日15日間)

(2) 実施内容

・参加者向けにスマートフォンアプリ「my route」上で往復分の回数券を300円(1枚90分間利用可能、利用可能区間乗り継ぎ自由)で販売し、購入・利用を促す

・公共交通の便利さや快適さを伝える動画を作成し、SNS広告の配信等を活用し、キャンペーンへの参加を呼びかけ

・作成動画再生回数

「電車通学のメリット」編(出演:池田航氏) 再生回数3.3万+4.5万 計7.8万回

「電車通勤のメリット」編(出演:木下一哉氏) 再生回数3.4万+4.6万 計7万回

「自分時間の充実」編(出演:三都井美衣) 再生回数3.3万+4.6万 計7.9万回

「美術館めぐり・スポーツ観戦」編(出演:池田航氏) 再生回数7.1万+6.7万 計13.8万回

・SNS広告クリック数

「LINE広告」 クリック数1,145回+1,029回 計2,174回(バナー3種類合計値)

「マイクロアド広告」 クリック数2,496回+2,164回 計4,660回(バナー2種類合計値)

・富山グラウジーズとの連携企画(CP第3弾で実施)

キャンペーン期間の4試合に、キャンペーン期間限定きっぷ等を利用して来場したブースター、各試合先着100名にオリジナルステッカーをプレゼント。グラウジーズホームページ、SNSで告知を実施。

(3) 参加実績

①「電車・バスで行こう！」キャンペーン(第3弾) 結果

参加登録(個人)724名、(法人)88社、販売枚数:2,876枚(1,438組)

②「電車・バスで行こう！」キャンペーン(第4弾) 結果

参加登録(個人)1,225名、(法人)107社、販売枚数:4,694枚(2,347組)

(別紙2)

特設ウェブサイト構築業務事項

1 業務要件

(1) サイトの開発

- ・富山県ホームページ作成ガイドライン、富山県ホームページウェブアクセシビリティガイドライン及び富山県庁情報セキュリティポリシーを遵守したものとすること。
- ・特設サイトはキャンペーン開始日の10営業日前(デジタルチケットの販売開始5営業日前)までに富山県広報課が管理する県ホームページのWEBサーバ (<https://www.pref.toyama.jp/>) に公開する。サーバの確保は必要としない。
- ・特設サイト公開日の3営業日前までに、HTML形式で当該ページを委託者に納品すること。公開後にページの更新を行う場合は、随時HTML形式で当該ページを委託者に納品すること。
- ・特設サイトの公開作業は、交通戦略企画課の職員が行うものとし、受託者は必要に応じて公開作業の支援を行うこと。
- ・特設サイトは、委託者の申し出により随時、修正可能なものとする。

(2) サイトデザイン作成要件

- ・興味を引き、アクセスした利用者が分かりやすく快適に情報を入手することができるようなサイトデザインとすること。
- ・各ページには、共通化したヘッダー、フッター、グローバルナビ、サイト内検索、パンくずを設置すること。
- ・特に指定のない限り、原則全てのページをスマートフォン及びPCに対応させること。また、当該対応は、レスポンシブウェブデザインにより対応すること。
- ・HTML5+CSS3で記述すること。
- ・文字コードは「UTF-8」とすること。
- ・作成したデザインは、県で確認及び検証した結果、問題があると判断した場合は、修正を行い、県の検証に合格するまで修正作業を行うこと。

(3) 端末要件

以下の端末及びブラウザで利用可能なものとする。

端末種別	OS	ブラウザ
スマートフォン	iOS	Safari 最新版
	Android	Google Chrome 最新版
PC	Windows	Google Chrome 最新版
		Microsoft Edge 最新版
		Firefox 最新版

	macOS	Safari 最新版
--	-------	------------

(4) その他

- ・上記要件以外に本業務を運用する上で、必要となる作業・物品がある場合は適宜、受注者が実施・調達すること。
- ・契約後速やかに、県、受注者によるキックオフミーティングを開催し、実施計画書をもとに体制、スケジュール、役割分担について県へ提示・説明を行うこと。
- ・県担当者と開催した会議については、議事録を提出すること。
- ・業務完了までの進捗管理、工程管理を行い、県担当者へ定期的に報告を行うこと。
- ・本業務により構築したウェブサイトのアクセス数、アクセスしたユーザー数、アクセス後の行動等をアクセスしたユーザーの属性（地域、性別、年代や興味関心等）ごとに適宜分析し、報告すること。

2 業務の役割分担

以下の役割分担表をもとに業務を実施すること。

富山県	受注者
<ul style="list-style-type: none"> ・ ページ校正 ・ 県 HP ウェブサイトへの上の HTML データのアップロード 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 全体の進捗管理、納品の品質担保 ・ サイト企画、設計（サイトマップ） ・ デザイン制作 ・ アクセシビリティ試験 ・ 分析報告

(別紙3)

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、本業務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は、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) 本業務において、最終成果地点に至るまでの重要な指標を K P I 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) 本業務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。