

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9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

社会課題である若年層の選挙投票率の低さの解決に向け、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9年3月までに現地開催4回（3時間程度×2日間×2回）、オンライン開催1回程度実施する。

※5回程度は目安であり、より高い効果が見込まれる時間および回数を提案すること。なお、現地開催は2日連続して開催するものとする。

※対象となる若者の参加しやすい時期（夏休み等の長期休暇期間）、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

県庁内会議室等

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・動画制作の専門家を講師として選定すること。

iv. 実施内容（例）

1 回目

- ・社会課題「若年層の選挙投票率の低さ」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、グループごとにストーリーやテーマを決定
- ・制作動画のテーマ、構成等の決定
グループごとに動画の詳細なシナリオ等を決定し、企画構成に基づき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。

2 回目

- ・動画の撮影
動画のシナリオに基づいた撮影実習を行う。
※小道具等の撮影準備は、制作の自由度が下がりすぎない範囲で事業者が事前準備、手配を行うこと。なお、役者は参加者が演じることとするが、年齢の異なる役者が必要な場合等は県で用意するものとする。
※県から撮影用カメラ（小型ジンバルカメラ2台）、ピンマイク（2台）の撮影機材を貸し出すことが可能である。

3 回目（オンライン開催を想定）

- ・動画の編集技術に関する講座
講師が動画の編集技術に関する講座を実施し、ワークショップ参加者が個人で編集イメージをつかむ。

4 回目

- ・グループごとに撮影した動画の編集を行う。また、講師からのアドバイスを随時受けることができる体制を整えること。ただし1グループ1動画とする。
※パソコン等、編集機材は参加者で用意するものとする。

5 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

- ・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。
- ・チラシの作成は県で行う。

i. 募集対象

| | |
|------|---|
| 地域 | 県内出身者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 | <ul style="list-style-type: none"> ・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グループを作る

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 (YouTube・Instagram 等) での発信を想定。

⑤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すること。

⑥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。

⑦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⑥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。

⑧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8年8月～令和9年3月までの一定期間

<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い 親しみや関心をもってもらいたい |

③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) その他必要事項

④広告の運用管理

- ・広告配信にあたりチャンネル登録者数の増加を目的とする。
- ・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。ただし、広告媒体原価はYouTube200千

円、Instagram100 千円を目安とすること。

【見積設計の留意事項】

- ・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。
- ・事業効果の最大化を目指して業務を実施し、効果的な運用に努めること。

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、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、広告配信設定の見直しについて、県に協議すること。

（3）庁内職員に向けた研修会の開催

動画による効果的な伝え方や、動画制作スキル向上のための研修を2回開催

<業務内容>

①企画制作

これまで動画を作成したことがない庁内職員を対象が、動画制作ソフト「Canva」を用いた動画制作ができるようになることを目的にワークショップを実施する。動画制作だけでなく、今後動画を作成、情報発信していく上で必要な動画広報の効果的な使い方等についての講義も行うこと。なお、動画制作ソフトは「Canva」を想定しており、各職員が自身のPCに無料版ソフトをインストール、登録した状態で参加することとする。

i. 実施時期および回数

令和9年3月までに2回（3～4時間程度×2回）実施する。

※対象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。

ii. 実施場所

富山県庁内会議室等

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・動画制作の専門家を講師として選定すること。

iv. 実施内容（例）

1回目

- ・SNS等での効果的な動画広報や動画制作に係る講座
- ・企画立て

動画企画のブレインストーミングを行い、ストーリーを1つに決定する。

2回目

- ・動画編集ソフト「Canva」の使い方講座
- ・素材を活用した動画編集体験 ※素材は受託者にて用意するものとする。（受講者が自らの事業をテーマとして素材を持参することも想定される。）
- ・動画制作についての気づきや学びなどを振り返る場を設ける。

※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

- ・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）
- ・ワークショップ参加者の募集は県で行う。（募集人数 20 名程度）

③事務局業務

- ・講師等への謝金、旅費、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）

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）※CD-R 不要
- (3) ワークショップ「若者広報ラボ」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 本事業にかかる来年度以降の事業改善案
 - ② 社会課題意識を持つ担当課への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
- (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
- (5) 庁内職員に向けた研修会実績報告書（以下の内容を含んだ報告書を提出すること。）
 - ① 本事業にかかる来年度以降の事業改善案

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。