

## 教職魅力化・働き方改革トータル広報支援事業業務委託仕様書

### 1 委託する業務名

教職魅力化・働き方改革トータル広報支援事業業務委託

### 2 業務の趣旨・目的

人口減少、民間企業との採用競合、教育現場の厳しいイメージ等を背景とした、教員採用検査志願者数の減少に対し、教員の処遇、福利厚生の実施及び働き方改革の「今」の取り組みを効果的に発信することを目的とする。教員のウェルビーイング向上や、校務DX・外部人材活用による負担軽減といった本県の特色のある施策を将来、本県での教員としての就職を選択肢に入れてほしい世代とその保護者及び地域にお住まいの方等にアピールするため、既存の広告資産及び本業務において制作する広告物を戦略的に活用し、教職に対する漠然とした不安を払拭し、ワークショップやセミナーへの参加につなげるとともに、本県での教員就職を選択肢に入れてもらうためのイメージアップ広報を行う。

### 3 委託期間

委託契約締結の日から令和9年3月12日（金）まで

### 4 委託業務の内容

- (1) 教員の魅力発信・教員の働き方改革への理解促進につながる動画・ラジオCM・ポスター・リーフレット等の広告物の制作・広告運用を行う。
- (2) 広告物の制作に係る協力・助言（主に有効な発信・活用方法に関するもの）を行う。

### 5 本業務のターゲット等

#### (1) 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。

地域等	富山県内及び富山県に居住経験があるなど何らかの接点がある方（関係人口）
年代	中学生・高校生・大学生及びその保護者の年代（40～50代）、実務世代の教員免許保持者（20～50代）
属性	・進路先・就職先を考えている者

	<ul style="list-style-type: none"> <li>・教員免許を持ちつつ教壇に立っていない潜在的な人材</li> <li>・UIJ ターンを希望する県外の現職教員や他業種従事者</li> <li>・自分または自分の子の将来の職業を考える際、漠然と教員という職業に不安を抱いている者</li> </ul>
訴求内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>・教員の魅力についての認知</li> <li>・教員の働き方改革への理解促進</li> <li>・富山県で教員として働くイメージの喚起</li> </ul>

## (2) ターゲットに起こしてもらいたい行動変容

本業務において、ターゲットに起こしてもらいたい行動変容は次に示すとおりとする。

行動変容	<ul style="list-style-type: none"> <li>・富山県で教員になることに関心を持ち、県の教員採用案内HPにアクセスまたは県教育委員会教職員課 SNS 公式アカウント (X・LINE) のフォロー・登録を行う。</li> <li>・富山県教職員課が実施するワークショップやセミナーに参加する。</li> <li>・保護者や地域にお住まいの方の教員の働き方改革への理解が進み、教員の超過勤務時間数が削減される。</li> <li>・富山県公立学校教員採用検査を受検する。</li> </ul>
------	--

## (3) ターゲット見直しの提案

ターゲットに対して広告を行った結果、想定とは異なる地域、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。

## (4) 目標値 (K P I) の設定

- ・用いる広告手法に応じて目標項目及び目標値を設定し、その内容を提案書に記載すること。
- ・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。

## (5) 広告の運用管理

- ・広告手法やその組み合わせ方は提案すること。

- ・ 広告時期は業務委託期間のうち、用いる広告手法によって効果的と思われる時期・期間を設定すること。
- ・ 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。

#### (6) 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県に提出し、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) 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 (SNS 広告、ラジオ CM、ポスター・リーフレット等)
- B) 広告 (上記 A) の具体的な運用方法
- C) 広告 (上記 A) の経費配分のバランス方針
- D) 運用スケジュール (前述 (4) 参照)

##### (ウ) 広告効果の検証及び運用の見直し方法

##### (エ) 目標設定 (前述 (3) 参照)

##### (オ) その他必要な事項

#### (7) 効果測定、改善

- ・ 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、広告の配信開始後、1月に1回以上月次報告書としてとりまとめを行い、県に報告すること。
- ・ 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。

#### 6 成果物及び提出物

業務完了後、以下を提出すること。

##### ・ 報告書

##### (ア) 本業務にかかる効果検証分析レポート

(イ) 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

#### 7 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。
- (3) 本業務で使用する動画及び写真の所有権及び著作権は富山県に帰属しているため、受注者において本業務外において無断利用・修正・公開しないこと。
- (4) 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。
- (5) 本仕様書はプロポーザル用であり、採用者とは内容を別途協議の上、契約を締結する。

(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。