

SDGs 連携促進・担い手育成事業業務委託仕様書

1 委託する業務名

SDGs 連携促進・担い手育成事業業務委託

2 業務の趣旨・目的

本県の SDGs 達成に向けた取組みを推進するため、富山県 SDGs 宣言を行う県内企業・団体等の SDGs の取組みや県、市町村、県内企業等の連携を促進するとともに、将来の担い手である高校生・大学生などが富山県 SDGs 宣言を行う企業・団体等の取組みを通じ、持続可能な経済・社会のあり方について学び・考える機会を創出することで、SDGs 達成に向けた理解醸成を図る。

3 委託期間

委託契約締結の日から令和 9 年 3 月 31 日（火）まで

4 業務の内容

（１）「富山県 SDGs 宣言」モデル企業等の取材

- ・「富山県 SDGs 宣言」企業の中から、SDGs の観点で企業・団体間での連携した取組みや先進的な取組み、多角的な取組みを行っている企業・団体等（以下、「モデル企業等」）3 社程度を選定し、取材
- ・モデル企業等との連絡・調整、打合せ
- ・モデル企業等への取材、ウェブサイト掲載原稿の作成

※取材するモデル企業（案）を 2 社程度、選定理由も併せて企画提案書に記載すること

（２）富山県 SDGs 宣言専用ウェブサイトへの掲載、デジタル広告等によるウェブサイトへの誘引

- ・モデル企業等の SDGs 取組みのウェブサイト既存ページへの掲載
※専用ウェブサイトに掲載の際は、県が別に保守管理業務を委託している事業者との連絡調整・業務提携等が必要となるため、その分も経費として見込むこと。
- ・デジタル広告等の配信による掲載ページへの誘引
※活用予定のデジタル広告等の種類や実施内容等について、その狙いや期待される効果と併せて企画提案書に記載すること

（３）メディア等の活用による高校生・大学生の理解醸成

- ・メディア等の活用による、「富山県 SDGs 宣言」制度やモデル企業等の SDGs 取組みを通じた、主に高校生や大学生の理解醸成を図る事業の実施
※活用するメディアやその方法等について、その狙いや期待される効果と併せて企画提案書に記載すること
※業務の（１）、（２）と連携した提案も可

<事業例>

- ①学生リポーターによるモデル企業等の取材、取材（インタビュー）動画やショートムービーの作成、SNS での発信

- ②学生がモデル企業等の取組みから SDGs について学ぶ座談会の開催、その様子のメディア等での発信

【専用ウェブサイトの URL】

<https://www.SDGs-toyama.jp/>

5 本業務のターゲット等の設定

本業務におけるターゲットや、ターゲットに起こしてもらいたい行動変容の考え方は次の表に示すとおりとする。

地 域	県内全域
属 性 等	富山県 SDGs 宣言企業・団体、その他県内企業・NPO等の団体、県内の高校生・大学生
価 値 観	企業・団体として SDGs に既に取り組んでおり、その取組みを拡充・深化させたい（他の企業・団体と連携したい） 県内企業・団体の SDGs の取組みに関心がある 学校のカリキュラム等において SDGs について学んでいる 今後の進路選択等にあたり、県内企業・団体の取組み内容に関心がある
訴求内容	富山県 SDGs 宣言の認知度向上 富山県 SDGs 宣言企業・団体の取組みの発信 SDGs 達成に向けた理解醸成 SDGs の取組みを通じた富山県 SDGs 宣言企業・団体の認知度向上
行動変容	富山県 SDGs 宣言専用ウェブサイトを訪れる 自身の企業・団体の SDGs の取組みを拡充・深化する 他の企業・団体と連携した取組みを行う SDGs 達成に向けた担い手としての自覚を持つ 今後の進路選択等の際に富山県 SDGs 宣言企業・団体を就職先として選択肢に入れる

6 納入成果物

(1) 納品物

本業務の納品物は次のとおりとする

- ①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）
- ②業務報告書

※事業全体の報告書を提出すること。

※報告書は1部（簡易製本）、電子データ1式とする。

(2) 納入期限

令和9年3月31日

(3) 納入場所

富山県知事政策局企画室成長戦略課

7 その他業務実施上の条件

- (1) 本業務の実施に伴い、取得した個人情報の本業務以外で利用しないこと
- (2) 別紙「デジタルマーケティング留意事項」を遵守すること。
- (3) 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。
- (4) 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。
- (5) 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、事前に富山県企画室成長戦略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。
- (6) 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。
- (7) 完成するまでの過程において、緊密に状況を報告するとともに、随時内容を確認し、修正を行うこと。
- (8) この委託事業に係る会計書類については、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。
- (9) この仕様書に定めのない事項については、受託者と富山県企画室成長戦略課が必要に応じて協議するものとする。

(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。