

仕様書

1. 委託業務の名称

第 27 回参議院議員通常選挙臨時啓発事業業務

2. 事業の趣旨

県内で行われた選挙の投票率については、低調な状況が続いている。特に、年代別では、若者（20代～30代）の投票率が著しく低い状況が続いている。

このことから、本年行われる参議院議員通常選挙について、各種広告媒体などを通じた啓発を行うとともに、特に若者や子育て世代が投票を行う動機付けとなるような啓発活動を展開し、投票率の向上等を図るもの。

3. 委託期間

契約締結日から令和 7 年 8 月 29 日（金）まで

※啓発期間は、第 27 回参議院議員通常選挙の公示日から投票日までの期間であり、
公募開始時点で投票日は不明

4. 啓発事業の実施内容等

(1) 各種広告媒体における統一的なデザインの作成について

- ・投票率向上（特に若年層及び子育て世代）のため、コンセプトを定め、統一的なデザインとすること。

(2) ポスターの配送等について

- ・国において作成されるポスターを指定する配送先に配送すること。配送先については、別途連絡する。（300 箇所程度、**配送料は委託費に含めること**）
- ・あいの風とやま鉄道などの駅舎内においてポスターを掲載すること。

(3) テレビCMの制作・放送

- ・民放テレビ（北日本放送、富山テレビ放送、チューリップテレビ）で放送するCM素材を制作すること。期日前投票編、投開票日前日編など複数の素材を提案することは可能。
- ・各局 6 回以上放映すること

(4) ラジオCM制作・放送

- ・ラジオ（KNB ラジオ、FM とやま）で放送するCM素材を制作すること。期日前投票編、投開票日前日編など複数の素材を提案することは可能。
- ・各局 5 回以上放送すること。
- ・ラジオCM素材と併せて、市町村が実施する広報車広報用の音声データを 2 種類制作すること。

(5) インターネット等を活用した広告

- ・YouTube での動画広告、ディスプレイ広告並びに SNS での動画・バナー広告を実施すること。バナーについては、県 HP での掲載を予定。
- ・インターネット等を活用した広告については、KPI を設定し提案の際に提示・明記する

こと。また、広告後の KPI の達成度合い等を計測することで、改善手法等を報告すること。

(6) 新聞広告の制作・掲載

- ・新聞広告のイメージだけでなく、効果的な広告のタイミングや版の規格等掲出計画についても併せて提案すること。なお、新聞広告の掲載は地方紙及び市町村新聞のみとし、掲載費は委託費に含めること。

(7) 街頭啓発

① 街頭啓発

- ・県内ショッピングセンターでの啓発活動については、公示日の週末に1回、投開票日の週末に1回程度の実施を前提に提案すること。なお、実施における一切の経費（アルバイトの謝礼、交通費、昼食費、傷害保険料、スタッフジャンパーの制作費などの関連経費）を委託費に含めること。

②啓発物品の制作

- ・街頭啓発で配布する啓発物品を作成すること。作成個数は別途連絡する。
- ・別途市町村分も制作すること。市町村分の**制作費**は別途市町村が**負担する**。なお、県の納品場所については、別途連絡する。

③街頭広告

- ・公共交通のサイネージ、シテイスケープ・モールスケープなど効果的な広告についても提案すること

(8) 若年層（20代～30代）、子育て世代への啓発

- ・県内大学生等と連携し、SNS 世代である 20、30 代の若者や子育て世代に向けた啓発活動について提案すること。ショッピングセンターでの街頭啓発と併せて行うなど効果的な手法を提案すること。

5. その他

- (1) 業務委託により制作した成果品及びそれに係る著作権（著作権法第 27 条及び第 28 条の権利を含む。）は、県に帰属するものとする。また受託者は本委託業務の実施のために必要な第三者の著作権・肖像権については、事前に書面にて許諾を取得するとともに県にその旨を書面により報告すること。
- (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) 本仕様書に定めのない事項又は本仕様書に疑義が生じた場合については、県及び受託者が協議の上定めるものとする。
- (4) 本仕様書はプロポーザル用であり、事業内容については、今後変更の可能性はある。

(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。