

「富山で働こう」キャンペーン事業業務委託仕様書

1 委託事業の名称

「富山で働こう」キャンペーン事業

2 委託事業の目的

本県では新卒学生をメインに事業に取り組んできたが、若年層の就職活動における選択肢が多様化する中、これまでターゲットとしてこなかった社会人に対して、企業の PR や企業の情報発信を勧め、富山県の企業で働くことへの関心を高めることに取り組んでいく必要がある。

本事業は、20 代後半から 40 代にかけての「即戦力人材」（特に首都圏で働くことに疲れた層）をターゲットとして、富山県の企業で働くことを勧めることを積極的にプロモーションするもの。

3 委託業務の期間 契約締結の日から令和 8 年 3 月 31 日まで

4 委託業務の内容

業務の内容は次のとおりとする。

なお、円滑な業務遂行のため、各取組みについては、県と適切な協議を行うこと。

(1) ターゲット等・キャンペーン期間の設定、見直しの提案

＜ターゲットの考え方＞

地 域	県外（特に首都圏）
年 代	特に 20 代後半～40 代
人 物 像	・ 入社後すぐに業務に貢献できる人材「即戦力人材」 ・ 現職での働き方に疲弊し、転職を考えている ・ 都会での生活を離れ、より良い生活環境や教育環境などを求めている
訴求内容	・ 転職先としての富山県及び県内企業の情報・魅力の認知 ・ 富山県の居住・子育て環境や都市圏からのアクセスの良さ

＜ターゲットの行動変容＞

行動変容	・ 転職先としての富山県及び県内企業の認知 ・ 県内企業への転職に関する情報収集のため、県就活支援HP等アクセス ・ 県内企業への転職に関心を持ち、県機関への相談や各種イベントへ参加
------	---

<キャンペーン期間>

キャンペーンの実施期間は、転職を考える人へのプロモーションに効果的な期間を設定し実施すること。（例：転職の求人が増える8～9月、12～1月の直前）

<業務見直しの提案>

業務を遂行し想定とは異なる結果となり、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については、その根拠とともに県に対して助言及び提案を行い、業務見直しについて協議すること。

（２） 動画広告等の制作

富山で働くことへの意識付けや興味を持ってもらうための動画を作成すること。

① 動画広告制作の業務内容

ア 内容の企画・立案業務

- ・ テーマに関する具体的な構成等に関する企画案

<企画イメージ>

- 富山県企業の魅力・働き方、生活と仕事のリアルを知り、富山県企業への興味・働き方、富山県でのライフスタイルの魅力を視聴者に示す。
- 富山県の現状（人口減少・人材不足など）を示すとともに、富山県企業が即戦力人材に対して強い興味を持っていることと県内企業で即戦力人材がワークライフバランスを保ちながら、活躍できることを発信し、富山県が「即戦力人材」を必要とし、活躍できるというメッセージを発信する。

- ・ 作成動画の長さは約3～5分程度のもの、及び、各種広報媒体への掲載のためのショートバージョン2種（15～30秒程度版、1分程度版）を作成すること。これによらず効果的な長さがあれば、提案すること。

イ 出演者、ロケ地との交渉業務

- ・ 出演者、ロケ地等の選定及び交渉
- ・ 出演者は、若者に与える影響が大きいと想定される者を起用すること。

ウ 制作業務

- ・ 企画、撮影、編集、その他制作のために必要となる一切の手続きは受注者が行うこと。
- ・ 県に納品完了前に、県と複数回内容確認、修正等を行うこと。
- ・ 制作のため、取材等を行う場合、取材に係る必要経費（取材・情報収集経費、取材依頼、交通費、宿泊費など）は委託料内で支払いをすること。
- ・ 取材対象者には、予め、顔や活動内容等、個人が特定できる内容が掲載されることへの了解を書面で得ること。
- ・ 取材で撮影した画像等について、県が若者の県内定着を目的にする場合に限り、二次的に利用することについては何らの制限がないことを保証するものとする。モデルを使用する場合も同様の条件とする。

② SNS 広告の配信

YouTube、Tver、Instagram、LINE、Facebook 等 SNS 広告の配信

ア 配信期間

キャンペーン期間を考慮し、効果的な配信期間を提案すること。

イ 対象者

ターゲットを考慮し、効果的な対象者及び広告種別を提案すること。

ウ 目標値

ターゲットについて、動画の再生回数を目標値（K P I）の一つとして、必ず設定すること。また、特設ウェブサイトの閲覧数も、県と協議のうえそれぞれ K P I として設定すること。

その他本業務の目的を達成するうえで必要な目標項目や K P I がある場合は、具体的に 設定し、その内容を提案書に記載すること。

設定した K P I 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。

【K P I の設定（例）】

- ・ 動画の再生回数 15万回 …20～40代（約30万人）の認知度を0→50%
- ・ 県企業情報サイト「就活ラインとやま」の閲覧数 ※県と協議のうえ決定

エ 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イジャーニーを設定し、掲出プラットフォーム、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。

オ 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、県に協議すること。
- （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、県に報告すること。
- （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。

(3) ポスター及びチラシの作成及び広告対応

(2) 同様に富山で働くことへの意識付け・興味を持ってもらうためのポスター及びチラシを作成すること。

※県に納品完了前に、県と複数回内容確認、校正等を行うこと。

① ポスター・チラシの作成

ア ポスターの規格

- ・ サイズ・枚数 ページ片面 B 1 版 1,500 枚以上 B 2 版 300 枚以上
- ・ 色の使用 4 色カラー

イ チラシの規格

- ・ サイズ・枚数 A 4 版 ページ両面 10,000 枚以上
- ・ 色の使用 4 色カラー
- ・ 裏面に「就活ラインとやま」を紹介するもの。

② ポスターの活用

キャンペーン期間等を考慮の上、効果的な掲載期間、場所、活用方法を提案すること。

- ・ 首都圏の電車や地下鉄の駅構内(特にターゲット層が多く利用する路線や駅、転職希望者が活動し出す期間など)に掲載する。
- ・ 転職フェアやビジネスセミナーの会場、コワーキングスペースやシェアオフィスなどキャリアチェンジを考える人が見やすい場所に掲載する。

③ ポスター・チラシの送付

作成したポスターについて、「就活ラインとやま」に登録された企業のうち、希望する企業に対して送付すること。(最大約 1,200 社)なお、希望企業の確認については、「就活ラインとやま」を用いて県が行う。

④ 大学等向けの送付

作成したチラシについて、県が就職支援協定を結ぶ大学を中心に各大学等に送付すること。なお、送付先・枚数等については県と協議の上決定すること。

⑤ 電子媒体の提出

ポスター・チラシの各データについて、PDF 形式で提出すること。

● 広告データの利用・公開

県は、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県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県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。

(4) その他

上記(2)(3)のほか、K P I 達成のために、効果的な業務があれば提案すること。

<イメージ>

- ・ 新聞や雑誌、転職サイトなどと連携し富山県企業の特集記事やインタビュー記事などを掲載する。
- ・ アンケート調査やグループインタビューなどターゲット層のニーズや課題、関心事などの徹底調査を実施し、ターゲットの本音に迫るデータ収集。
- ・ 企業向けに即戦力人材の採用に特化した勉強会・セミナーの開催
- ・ 転職希望者向けに富山県企業ごとの特色と働き方を紹介するプレゼンテーションイベント等の実施

5 その他

- (1) この事業は、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。
- (2) 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。
- (3) 本事業の実施に伴い、取得した個人情報本事業以外で利用しないこと。
- (4) 別紙「デジタルマーケティング留意事項」を遵守すること。
- (5) 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係る業務を実施すること。
- (6) 委託業務により作成した成果物及び当該成果物に係る著作権は、県に帰属するものとする。
- (7) この仕様書に定めのない事項については、受託者と県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ニング並びに、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。