

ウェルビーイング広報・行動変容促進業務委託仕様書

1 委託業務の名称

ウェルビーイング広報・行動変容促進業務委託

2 業務の目的

本県では、「ウェルビーイング (well-being)」を、「富山県成長戦略」(令和4年2月策定)の中心に位置づけ、県民一人ひとりが様々な人や社会との”つながり”の中で、日々、“自分らしく”生きていることに満足でき、心豊かに、幸せをずっと実感できる富山県を目指している。

このため、本県では令和5年1月に「富山県ウェルビーイング指標」(以下、「指標」という。)を策定・公表するとともに、指標を七色の「花」の形で表現し、ウェルビーイングを視覚的にも分かりやすく発信することに努めている。

また、同年3月には、特設サイト「わたしの、みんなのウェルビーイング・アクション！」(以下、「特設サイト」という。)を開設し、指標を用いたウェルビーイング・チェック(以下、「チェック」という。)のほか、富山県でいきいきと活動されている「人」を特集しており、これらの取組等により、ウェルビーイングという「言葉の認知度は着実に向上している。

さらに、昨年度は、絵本『タケシのせかい』を用いて、子どもを中心に、その家族や友達とのつながりなどからウェルビーイングを身近に感じてもらえる取組みを進めるとともに、ウェルビーイングの向上が期待できるアクティビティとして「ロゲイニング」を県内各地で開催することによって、県民の実感としてのウェルビーイング向上に努めているが「言葉の意味」の県民浸透・共感には未だ課題がある。

本業務は、指標や特設サイトも活用のうえ、身近な例を用いるなどの分かりやすい発信や、ターゲットがウェルビーイングを意識する、または、意識しやすい「特定の場面や状況(オケーション)」の視点も踏まえた広報・行動促進を図ることにより、県民のウェルビーイングへの納得感や「腹落ち」、ひいては自らのウェルビーイング向上、さらには、一人ひとりがつながりながら互いに高め合い、ウェルビーイングを意識した具体の行動変容を促していくことを目的としている。

【参考】

特設サイト (チェックのほか、新着情報に絵本、ロゲイニングの取組等を掲載)

<https://wellbeing.pref.toyama.jp/>

ウェルビーイング推進課所管の SNS アカウント (以下、「当課 SNS」という。)

<https://twitter.com/toyamawellbeing>

<https://www.instagram.com/toyamawellbeing/>

3 業務の概要

上記の目的を達成するため、以下の業務を行う。なお、各業務に要する経費の配分は、契約上限額の範囲内で事業効果の最大化が図られるように設定のうえ提案すること。

- (1) 行動変容促進イベントの開催
- (2) ウェルビーイングに関する広報の実施
- (3) デジタルプロモーション等の実施
- (4) 特設サイトに掲載するコンテンツの制作
- (5) その他、上記目的の達成に資する業務（必要に応じて追加提案すること。）

4 委託業務の期間

契約締結の日から令和8年3月31日（火）まで

5 ターゲット等及び目標値の設定

(1) ターゲット等の設定

(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。

ア 県内企業等の経営者や、企業等に勤める方

県民個人への直接的なアプローチだけでは浸透に限界があるため、多くの県民が所属し、一日の多くの時間を過ごす職場（企業等）にもアプローチし、職場においてウェルビーイングを意識した取組みや行動を促進していくことによって、経営者だけではなく、社会のボリュームゾーンである従業員に拡げていくことを考えている。

地 域	富山県
年 代	30代～60代（経営者や管理職、人事管理・採用部門の担当者等）
価 値 観	・ウェルビーイングを耳にしたことはあるが、日々の生活・仕事で意識していない ・ウェルビーイングを意識した経営に興味を持っているが、何をすればよいかわからない
訴求内容	ウェルビーイング経営や指標等、関連する県施策

イ 若年層

当課では、若年層の地域や県とのつながりや、生きがい・希望実感を高めていくため、ロゲイニングや絵本を活用した事業を実施している。

地 域	富山県
年 代	～30代（子どもや子育て世代を中心とした若年層）

価値観	・ ウェルビーイングを耳にしたことはあるが、日々の生活で意識していない ・ 新聞やテレビよりも、主にインターネットや SNS、友人等同じコミュニティに属する者からの口コミを情報収集の手段としている ・ 地域や富山県（行政施策含む）に対して、あまりつながりがないと感じている
訴求内容	ウェルビーイングや指標等、関連する県施策

（ターゲットに起こしてもらいたい行動変容）

行動変容	・ ウェルビーイングに関心を持ち、特設サイトに訪れる ・ 生活や仕事等においてウェルビーイング向上を意識した行動をする
------	--

（２）目標値（KPI）の設定

- ・ 本業務の実施により特設サイトに流入した者に関して、①訪問者数、②「チェック」実施者数（既存のもの及び簡易版(仮)（後述 6（２））について）、③グループ利用を申込みのうえ「チェック」を行ったグループ数、④「企業・個人の取組み」登録者数の４つについてそれぞれ目標値を設定し、提案書に記載すること。
- ・ ①訪問者数については 1 万人以上を目指すなど、高い目標を設定すること。

6 業務の内容

（１）行動変容促進イベント（キャンペーン等含む）の開催

① 社会人を対象としたチームで取り組めるウェルビーイング向上キャンペーンの開催

ア 目的及び内容

働きがいを実感し、自社へのエンゲージメントを高めるなど企業・職場活性化への好循環を育むため、社会を支える大規模な集団である従業員に向けて、職場や同僚、先輩・後輩などがチームとして挑戦できる、ウェルビーイング向上につながる取り組みを募集するキャンペーンを実施する。

イ 対象

県内企業に勤める従業員

ウ 開催場所

それぞれが勤務する事業所（職場）において実施する。

エ 開催回数

1 回以上

オ 留意点

- ・ 参加者が実施する取組みには R6 に好評だった項目を盛り込むほか、多くの会社や多様な業種の企業を巻き込む効果的な広報を実施すること。
- ・ 参加企業が自社の企業イメージを PR できる等、参加者にメリットが提供されるような仕組みを構築すること。

② シニア世代を対象としたウェルビーイング向上セミナー

ア 目的及び内容

R6 県民意識調査では、50 歳以上のシニア世代の総合実感が未来に向けて低下傾向にある。全盛期を過ぎても過去の成功体験に縛られ、かつてのように活躍できないことにジレンマを抱えるシニアは、会社で重要なポジションについていることが多く、若者が家庭や社会でネガティブな影響を受けることが、若者の県外流出につながる可能性がある。このため、主に会社の役員や管理職等で活躍されているシニアを対象に、人生後半に充実した人生を送る考え方について啓蒙するセミナーを行う。

イ 対象

県内企業の経営者、管理職の職員など

ウ 開催場所

県内施設

エ 開催回数

1 回以上

オ 参加者数

50 名以上

カ 留意点

- ・「人生後半の戦術書」（アーサー・C・ブルックス著）や「人生後半 幸せ資産の増やし方」（佐野 真功著）等を参考に、シニアのウェルビーイング向上につながる適切な講師の選定し、広く参加者を募集する効果的な広報を実施すること。
- ・セミナーは、アーカイブ配信されるようにする。

（２）特設サイトに掲載するコンテンツの制作・拡充

- ・特設サイトに掲載するためのコンテンツの制作及び既存コンテンツの拡充を図ること。
- ・既存コンテンツの拡充においては、特に高校生を中心とした若年層に対象として、「ウェルビーイング・チェック」の新規利用者獲得やリピーターの増加につなげるため、例えば、親子で楽しめるようにゲーム的な要素を入れて、子どもや時間のない大人でもチェックを簡易に体感してもらえ新たな仕組みの構築し、効果的な広報を実施するなどの提案を行うこと。
- ・コンテンツは、特設サイトへ掲載するほか、県関係のメディア（例：インスタグラム、X（旧 Twitter）などの SNS、テレビ、新聞、広報紙等）への掲出、イベント等での活用も想定している。
- ・制作にあたっては、用途に応じて活用できるよう工夫すること。（例：動画の場合、複数の尺や BGM、ナレーション、字幕等の挿入など。画像の場合、字幕の挿入など。）
- ・取材を実施する場合、対象となる県民等や企業・施設等には予め受注者から事業趣旨及び

上記の県の媒体において個人や企業・施設等が特定される情報（顔や氏名、住所（個人の場合は市町村名まで）、施設・建物の内観・外観、所在地、活動内容等）が掲載されることを説明したうえで、文書により同意を得るものとする。なお、企業・施設等には、取材や撮影等の許可を受けること。

（３）ウェルビーイングに関する広報の実施

- ① ウェルビーイングや指標の認知・理解を深めるとともに、上記（１）で実施するイベントの周知を図るために必要な、効果的な広報（例：屋外・屋内広告、立体・平面広告、ポスター、冊子、リーフレット、バッジ、特設サイト・ウェブ広報や屋外施設への掲示等に活用できる動画などの制作）を実施すること。経済団体を通じたターゲットへの周知に努め、県と調整のうえ実施すること。
- ② その詳細、広報物であればデザイン担当（個人又は法人）及びそのデザインがイメージできる制作実績のほか、内容、媒体、数量、具体的な配布・掲示先や時期（例えば、ある一定期間に集中掲示するなど）等を提案書に記載すること。

（４）デジタルプロモーション等の実施

- ・実施する広報や特設サイトの周知、利用への誘引が図られるよう、ウェブ広告や SNS 広告（当課 SNS アカウントを用いること）等を利用したプロモーションを行うこと。
- ・プロモーションにおいては、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。手法やその組み合わせ方法、時期（ある一定期間に集中的に行うなど）、回数等は提案すること。
- ・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。
- ・パソコン、スマートフォン、タブレットで閲覧されることを念頭に制作すること。
- ・広告期間は令和 8 年 3 月 22 日（日）までに終了すること。
- ・県が特設サイトで募集しているウェルビダンスへの応募があった場合は、その動画を編集（団体名及びロゴの挿入、音量の調整）のうえ、特設サイト運用保守管理業務受託者に納品すること。なお、納品形式は、特設サイト運用保守管理業務受託者と事前に調整すること。

（５）その他留意点

- ① 上記以外で効果的なウェルビーイングの行動促進イベント（キャンペーン等含む）があれば、積極的に提案すること
- ② イベントの実施にあたっては、特設サイトにある「しあわせのカギ」や「ウェルビーイング・チェック」、「ウェルビダンス」などの既存コンテンツの活用を検討すること。
- ③ イベントの開催時期については、対象者や企画内容を踏まえ、参加・運営しやすい時期

に設定するなど工夫するとともに、他の自治体や関係団体が企画する同様のイベント、類似イベント等と時期が重ならないように留意すること。

- ④ イベントの運営に係る業務一式（会場の確保・当日設営・誘導・会場整理・参加受付・問合せ対応等、広報物資料の確認や事前説明など出演者や会場との連絡調整や謝金等の支払いを含む諸手配）を行うこと。
- ⑤ 必要に応じて運営マニュアル（進行台本、会場レイアウト、出演者導線、人員体制、緊急時対応等）の作成、オンライン配信、イベント傷害保険への加入を行うこと。
- ⑥ イベントの内容、出演者や会場等の詳細は企画提案を踏まえ、県と協議のうえ決定する。
- ⑦ 契約上限額を踏まえ、具体的、実現可能性のある提案とすること。
- ⑧ ウェルビーイングや指標をターゲットに広く周知するため、経済団体や教育機関との連携（掲示や配布など）を視野に入れること。
- ⑨ 広報物、プロモーション素材及びコンテンツ等（以下、「広報物等」という。）を制作するにあたっては、指標のイメージ（花による表現、色、意味合い）を基本としながら、ターゲットへの訴求を意識したデザインを検討するとともに、デザインのブラッシュアップや新味ある表現方法等についてアイディアがある場合は積極的に提案すること。なお、必要に応じて若年層の意見を取り入れること。
- ⑩ 広報物等の制作にあたっては、県と複数回内容確認、修正等の手続きを行うこと。
- ⑪ 広報物等の企画、撮影、編集等、その他制作のために必要となる一切の手続きは受託者が行うこと。
- ⑫ 広報物等作成のための取材・情報収集経費や材料費・調査費についても委託費に含むものとする。

（６）受託者による広告運用計画の作成 ※企画提案時には提出不要

- ・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）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) 広告手法（デジタル広告、アナログ広告等）
- B) 掲出プラットフォーム（Google、Instagram、新聞等）
- C) 各広告（ディスプレイ広告、検索連動型広告、動画広告等）
- D) 各広告（上記C）の経緯配分のバランス方針

- E) 各広告（上記 C）の具体的な運用方法
- F) 運用スケジュール
- (ウ) 情報発信コンテンツ（広告クリエイティブ）の作成方針
- (エ) 広告効果の検証及び運用の見直し方法
- (オ) 目標設定（前述 5（2）参照）
- (カ) その他必要な事項

（7）効果測定、改善 ※企画提案時には提出不要

- ・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（特設サイトへの流入等）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。特に、計測開始から 2 週間経過後、初動の結果報告や今後の対策についての説明を会議等により行うこと。
- ・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、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。

7 納入物品

電子媒体については、可能な限り CD-R 等の記録媒体に記録し提出すること。

- ・業務完了報告書（指定様式）（紙媒体 1 部、電子媒体 1 部）
- ・以下の内容を含んだ実績報告書（任意様式）（紙媒体 1 部、電子媒体 1 部）
 - （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
- ・本業務で制作したコンテンツのほか、広報物のデザイン、本事業で収集・制作した画像・動画等（広告クリエイティブを含む）のデータを記録した電子媒体。他の用途にも活用できるよう、編集可能なデータについても納品すること。1 組
- ・その他富山県が必要と認めた資料等

8 その他

- （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）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。
- （3）成果物については、原則として富山県が複製し、若しくは翻訳、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、事前に県企画室ウェルビーイング推進

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。

- (4) 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。
- (5) 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。
- (6) 個人情報の取扱いにあたっては、別記「個人情報取扱特記事項」を遵守すること。
- (7) 受託者は事業を履行するにあたり、第三者に損害を与えたときは、その損害の賠償を行うものとする。
- (8) この仕様書に定めのない項目や疑義については、受託者と県企画室ウェルビーイング推進課が必要に応じて協議するものとする。
- (9) 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、当該委託事業に係る会計関係書類については、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。
- (10) 本仕様書は、プロポーザル用であり、契約は内容協議を行ったうえで締結するものとし、契約内容については、協議の中で企画提案書等の内容から変更・修正する場合がある。
- (11) 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。
- (12) 本仕様書に定める内容以上の企画、機能、運用などが可能であれば、積極的に提案しながら進めること。