

(別紙1)

「TOYAMAジャーナル」制作及びプロモーション業務委託仕様書

1 委託業務の名称

「TOYAMAジャーナル」制作及びプロモーション業務

2 委託業務の目的

議会への関心を高めてもらうため、議会の活動や取り組み状況を紹介した「TOYAMAジャーナル」を制作する。また、制作した「TOYAMAジャーナル」や議会活動について若者に幅広く知ってもらうためのプロモーション業務を実施する。

3 委託業務の実施期間

契約締結の日から令和8年10月30日(金)まで

4 「TOYAMAジャーナル」制作業務の内容

(1) 規格等

- | | |
|-----------|-----------------------------------|
| ① 名 称 | 「TOYAMAジャーナル」
県民目線で、議会をわかりやすく！ |
| ② サ イ ズ | A4判 |
| ③ ページ数 | 16頁(表紙及び裏表紙を含む。) |
| ④ 写 真 | 約50点 |
| ⑤ イラスト、挿絵 | 約20点(表紙含む。) |
| ⑥ コミック | 1頁程度 |
| ⑦ 色 彩 | カラー4色 |
| ⑧ 用 紙 | 品種：再生マット紙、規格・連量：A判・44.5kg |
| ⑨ 製 本 | 二つ折り |
| ⑩ 作成部数 | 50,000部 |
| ⑪ 発行回数 | 年1回(7月予定) |

(2) 誌面構成(案)

- | | |
|-------------|--|
| ① 表紙(1P) | イラスト、コンテンツ、特集名
若い世代が手に取りたくなるようなインパクトのあるもの |
| ② 特集(4P) | 高校生・大学生との対話を政治に反映させている富山県議会の姿勢を伝える企画、県議会トピック
特集テーマ(案)
・主権者教育イベント「Voice Of The Future」の取組み(議会側で取組みに参加した学校への協力依頼可能)
・県議会定数の変更について |
| ③ 議員の情報(2P) | 議員を知ってもらう記事の掲載
(議員の普段の活動や趣味などを掘り下げて紹介) |
| ④ 質問・答弁(8P) | 定例会、各種委員会における質問の中から、各議員が作成した |

原稿を掲載するとともに、録画中継にアクセスするための二次元コードを掲載

- ⑤ その他（1P） 各種お知らせ、編集後記など

※企画提案の際は、必ずしも上記誌面構成（案）にとらわれることなく企画・提案してもよい。

（3） デジタルブックの制作

- ① 「TOYAMAジャーナル」 デジタルブックの制作

冊子のほか、「TOYAMAジャーナル」のデジタルブックを制作し議会ホームページに掲載すること。

- ② デジタルブック広告バナーの制作

デジタルブックに効果的にアクセスできるWeb上に掲載可能なバナーを制作すること。

※上記①②の内容については、効果的な手法について提案すること。

（4） 制作方法等

- ① 編集・制作

（ア） 県議会事務局から引き受けた原稿に基づき、不足写真、イラスト、挿絵等を手配し、リライト、デザイン、レイアウトの実施など、県民、特に新しく主権者となる高校生や大学生など若年層が読みやすく、かつ、分かりやすくなるよう編集し、県議会事務局の校正及び県議会事務局が指定する者の校閲を受けること。

（イ） 表紙、特集の各頁、及び、各頁の余白に掲載する挿絵は、企画立案し、県議会事務局の承認を得て、取材（2～3か所）、写真撮影（県議会議員20名程度の顔写真撮影を含む）、原稿作成など、編集を行うこと。

- ② 納品

「TOYAMAジャーナル」については、7月中に県議会事務局の指定する方法で、県内すべての高等学校、特別支援学校（約70箇所（100部未満11箇所、300部未満14箇所、600部未満19箇所、600部以上23箇所）及び公民館等（約330箇所（各20部））、市町村（15箇所（40部～100部））、大学・短大等11箇所（各300部）へ送付し、残りについては、県議会事務局へ納品すること。

- ③ 完成データ

受注者は、委託業務の完了後、すべてのデータを県議会事務局の指示する形式・方法で、県議会事務局に引き渡すこと。

- ④ 著作権

（ア） 印刷用データ（成果物）の著作権（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し、県議会事務局が議会広報の目的のため必要とする場合は、特段の協議を経ずに、成果物を利用すること（第三者への貸与及び譲渡を含む。）ができる。

（イ） 受注者は、通常想定される範囲内における成果物の改編については、著作者人格権を行使しないこと。

（ウ） 受注者は、県議会事務局の承諾を得て、成果物を利用すること（第三者への販売、

貸与、譲渡等を除く。)ができる。

- (エ) 受注者が委託業務を行うに当たり生じた著作権等に係る第三者との紛争についての責任は、受注者が負うこと。

5 プロモーション業務内容

委託業務の内容は以下のとおりとする。なお、各業務に関してスマートフォン等での閲覧も円滑に行えるよう対応すること。

(1) インターネットによるSNS広告配信

① 本業務のターゲット等

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	富山県内
年代	18歳以上
価値観	・富山県議会活動や政治に関する興味関心が低い人 ・富山県議会活動や政治に興味はあるが関わりの低い人
訴求内容	富山県議会の活動及び政治への興味関心の掘り起こし

② 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	・富山県議会ホームページや「TOYAMAジャーナル」を閲覧することで、議会活動や政治に対して興味関心を引き起こす。
------	---

(ターゲット見直しの提案)

ターゲットに対して広告を配信した結果、想定とは異なるエリア、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、その根拠とともに議会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こと。

- ③ 上記のターゲットに対して県議会ホームページや「TOYAMAジャーナル」デジタルブックにアクセス可能な広告を1ヶ月以上配信すること。
- ④ 広告の内容は、プロポーザル参加者の自由提案とする。

(2) 目標値(KPI)の設定

- ① 本業務の目的を達成するうえで必要な目標項目と目標値を具体的に設定し、その内容を提案書に記載すること。
- ② 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。

(3) 受注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議会事務局に提出し、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】

- ① 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。
- ② 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。
 - (ア) 広告手法(デジタル広告、アナログ広告等)
 - (イ) 掲出プラットフォーム(Google、Instagram、TikTok、YouTube、新聞等)
 - (ウ) 各広告(ディスプレイ広告、検索連動型広告、動画広告等)
 - (エ) 各広告(上記(ウ))の経緯配分のバランス方針
 - (オ) 各広告(上記(ウ))の具体的な運用方法
 - (カ) 運用スケジュール(後述5(5)参照)
- ③ 情報発信コンテンツ(広告クリエイティブ)の作成方針(後述5(4)参照)
- ④ 広告効果の検証及び運用の見直し方法
- ⑤ 目標設定(前述5(2)参照)
- ⑥ その他必要な事項

(4) 情報発信コンテンツ(広告クリエイティブ)の制作

ターゲットに起こしてもらいたい行動変容を促す広告クリエイティブを制作すること。広告クリエイティブの内容については、効果的な手法を提案すること。

(5) 広告の運用管理

- ① 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。手法やその組み合わせ方法等は提案すること。
- ② 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) 効果測定、改善

- ① 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、適宜協議すること。
- ② 協議の際、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ことがある。

(7) 成果物及び提出物

- ① 広告クリエイティブ
本業務により制作した広告クリエイティブは、制作完了後、データにて納品すること。なお、本業務により作成し、発注者に提出した納品物の所有権及び著作権は発注者に帰属するものとし、発注者において自由に利用・修正・公開することができるものとする。
- ② 報告書の提出
5(1)の広告配信の完了後、以下の内容を含んだ報告書を提出すること。
 - (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、改善案を示唆すること。
- (ウ) 提出期限 令和8年10月下旬まで
- (エ) 提出部数 2部（正本1部、副本1部）、電子記録媒体であわせて提出すること。

(8) 留意事項

- ① 別添「デジタルマーケティング留意事項」を遵守すること。
- ② 県議会事務局の要請により、委託業務の実施の詳細について打合せを行うこと。このほか、必要に応じて、委託業務の実施状況に関し報告を求める場合がある。
- ③ 本業務の遂行にあたり、疑義が生じた場合は、県議会事務局と十分協議すること。
- ④ 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。
- ⑤ 当該業務の内容から第三者に委託することが合理的であると県議会事務局が認める場合には、委託業務の一部を第三者に委託することができる。ただし、実施要領3(7)に該当する者に委託することはできない。
- ⑥ 受注者は、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、全て受注者が負うこと。

(別添)

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) 受注者は、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。