

仕様書

1. 委託業務の名称

富山県知事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、令和2年10月25日執行の富山県知事選挙の60.67%を除けば、近年は50%前後の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、今年10月に実施予定の富山県知事選挙について、選挙期間に各種啓発活動を行うとともに、告示日前から選挙への機運醸成を図るため、特に若者が投票を行う動機付けや、子育て世代に将来の有権者である子どもを連れて投票へ行ってもらいきっか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2月14日（金）まで

4. 啓発業務の対象等について

啓発業務の対象は、次のとおりとする。なお、業務の遂行にあたり、事業を円滑に進められるよう、具体的な取組については、富山県と協議の上、実施すること。

- ・ 本業務のターゲット等の設定、見直しの提案
(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。

地域	県内
年代	選挙権を有する者 特に以下の年代を重点的なターゲットとする。 ・ 10～30代の若者世代 ・ 子育て世代（主に小・中学生の子を育てている世代）
価値観	・ 若者世代：自分の投票が選挙結果に影響を及ぼさないとと思っている人 ・ 子育て世代：子どもが選挙や政治に関与するのは早いと思っている人。
訴求内容	・ 若者世代：選挙での個々の投票の重要性を認識してもらおう。 ・ 子育て世代：親子連れ啓発を通して、子どもにも選挙を身近に感じてもらい、投票への関心を持ってもらおう。

(ターゲットに起こしてもらいたい行動変容)

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	・ 選挙への投票意欲を高め、投票へ参加してもらおう。 ・ 子育て世代でも、平時から家庭において選挙（政治）を話題にする。選挙時には子どもを連れて、投票へ参加してもらおう。
------	--

(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、その根拠とともに県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、協議するものとする。

5. 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）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) 啓発期間（契約日から告示日前日まで）における各種企画

- ・富山県知事選挙投票への機運を高めるため、特にターゲットに対し、県内イベントでのブース出展やターゲットに対して効果的と考えられる啓発物品の配布など、効果的な手法を提案、実施すること。
- ・多くの来場者が見込まれるイベントで、4回以上実施すること。

(3) 選挙期間（告示日から投開票日まで）における各種企画

ア ポスターの制作、印刷、配送等

- ・ポスターを10,000枚程度制作のうえ、印刷すること。なお、各サイズの制作枚数については、今後、県において決定する。
- ・県が指定する配送先にポスターを配送すること。配送先については、別途連絡する。
- ・JR、あいの風とやま鉄道、富山地方鉄道駅舎内においてポスターを掲載すること。

イ インターネット等を活用した広告の製作・配信

- ・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。

ウ 街頭啓発

(ア) 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、告示日の週末に2回、投開票日の週末に2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。また、実施にあたっては、新型コロナウイルス感染症対策に十分留意すること。

(イ) 啓発物品の制作

- ・街頭啓発で配布する啓発物品について制作すること。なお、物品、デザイン、個数等については、協議の上決定するものとする。

(ウ) 街頭広告

- ・公共交通のサイネージ、シティスケープ・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。

エ ターゲットへの啓発

- ・県内大学生等と連携し、SNS世代である10～30代の若者や親子連れ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。
- ・県内大学の学園祭における模擬投票等の啓発を行うこと（2大学程度での出店を県選挙管理委員会において調整予定）。
- ・県内プロスポーツチームホームゲームでの啓発を行うこと。回数、場所、内容については協議の上決定するものとする。

(4) 選挙期間後（投開票日から委託期間終了日まで）における各種企画

- ・富山県選挙管理委員会が投開票日後60日以内に提供する、富山県知事選挙の実際の投票率等を分析のうえ、次回の選挙での投票率向上につながるような啓発を提案、実施すること。

(5) その他

- ・(1)～(4)に関わらず、効果的な手法、企画等があれば積極的に提案すること。

6. 留意事項

- (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) 富山県知事選挙が無投票となった場合、5(3)、(4)の企画の実施については、県及び受託者が協議の上定めるものとする。
- (4) 国または地方の選挙が、富山県知事選挙と近接して行われることとなった場合、その内容については、県及び受託者が協議の上定めるものとする。
- (5) 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。
- (6) 本仕様書はプロポーザル用であり、事業内容については、今後変更の可能性がある。

(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 広告アカウント及び「本業務用 Google Analytics」それぞれで、効果的と考えられるリマーケティングリストを設定し、富山県公式の MCC と共有すること。
- (3) 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。