

## 「若年層を対象とした県公式 SNS アカウント登録者数増加支援業務」委託仕様書

### 1 業務名

若年層を対象とした県公式 SNS アカウント登録者数増加支援業務

### 2 趣旨

本県では、広報紙や県政テレビ番組、県 HP、県公式 SNS (LINE、X、Instagram、YouTube、note) など複数の媒体により県政の情報発信を行っているが、県の発信する情報に触れる機会の少ない若年層への情報の届け方、県公式 SNS の登録者数の伸びに課題を感じている。

そのため、県公式 SNS の中から LINE、X、Instagram について、特に若年層の登録者数増加に向けたインターネット広告やキャンペーンの実施を行い、県政に触れる若者の増加を図り、課題解決を目指す。

#### ※県公式 SNS について

	登録者数 (令和6年7月1日現在)	若年層 (およそ10~30代前半) 割合
LINE	13,210 人	14.5%(15~34 歳)
X	49,831 人	—
Instagram	10,593 人	25.3%(13~34 歳)

### 3 委託期間

契約日から令和7年3月31日まで

### 4 業務の内容

#### (1) LINE

##### ア LINE 友だち追加プレゼントキャンペーン

県公式 LINE を期間中に友だち追加してくれた方にプレゼントをするキャンペーンを企画し、それに関するインターネット広告配信を行うもの。また、キャンペーン終了後の運用方針について提案するもの。

##### (ア) キャンペーンの企画

若年層が LINE の友だち追加をしてくれるためのキャンペーンについて企画するもの。キャンペーンの実施期間や全体のスケジュールを設定し、効果的な景品の選定や当選人数を提案すること。

(イ) インターネット広告配信

LINE 上でのインターネット広告配信を行うもの。また、若年層に効果的なクリエイティブを作成する。受託者と委託者で協議の上、配信期間や頻度を設定し、広告を配信すること。

(ウ) キャンペーン期間中の管理・運用

広告の掲載期間中は、アクセスを分析しながら媒体の予算配分や広告素材の改善を行い、若年層に効果的な広告を配信する。

(エ) 応募者の集計、景品の配送又は配信

キャンペーン期間終了後に応募者の集計を行い、当選者に対して景品の発送又は配信を行うもの。

(オ) キャンペーン後の継続登録者確保のための運用についての提案

キャンペーン終了後も若年層がフォローを続けてくれるような今後の LINE 運用について提案すること。

(カ) 協議、打合せ等

より効果的なキャンペーンとするため、業務に関する協議、打合せ等は、県が必要とした場合は随時行うものとする。

イ「県広報とやま」インターネット広告配信業務

令和6年度10月発行予定の「県広報とやま」について、多くの県民（特に若年層）に読んでもらえるよう、LINE 上での広告配信を行う。バナー広告の作成や、ターゲティング設定、配信期間を提示するもの。また、配信終了後にアクセス数等の広告出稿を示すこと。

広告配信の媒体がLINE であるという特性上、広告クリエイティブはLINE 友達追加を促す文面も含めたく、LINE 友達登録で「県広報とやま」の発行通知が届くという旨を入れる。

(2) X

Xを活用した若年層に向けた広報・PR

インフルエンサーの活用や広告（SNS 広告や街頭広告など）配信などによる県公式 X の広報・PR を実施し、県公式 X の登録者（特に若年層）を増加させるもの。

#### ア 広報・PR の企画

若年層が県公式 X について認知し、フォローする広報・PR について企画する。

#### イ 企画の実施

若年層のフォロー数を増やすため、業務に関する協議、打合せ等は、県が必要とした場合は随時行ったうえで企画を実施する。

#### ウ 分析

広報・PR 後の若年層のフォロー数等の分析をするもの。

#### エ 広報・PR 後の継続登録者確保のための運用についての提案

主に若年層がフォローを継続してもらうための今後の X の運用について提案すること。

### (3) Instagram

#### フォトキャンペーンの開催

県公式 Instagram への新規フォロワー（特に若年層）を獲得するために、フォトキャンペーンを企画、開催するもの。また、それに関するインターネット広告配信を行うもの。

#### ア フォトキャンペーンの企画

若年層が県公式 Instagram について認知し、フォローするフォトキャンペーンについて企画する。なお、現在の Instagram 運用方針や世界観を逸脱しないようなテーマでのフォトキャンペーンとし、内容や実施スケジュール等を提案すること。投稿者へのプレゼントの有無についてもあわせて提案をするもの。

#### 【現在の Instagram の運用方針・世界観】

- ・ 富山県の魅力を伝える素敵な写真を募集し、一緒に発信する媒体として運用中
- ・ #toyama\_next、または、県広報課が毎月設定するテーマのタグがついた投稿の中から写真をリポストしている。
- ・ ストーリーズでは、毎週金曜日に県が実施するイベント等の告知を行っている。

#### イ インターネット広告配信

若年層にとって効果的なキャンペーンのメインビジュアルや広告配信のクリエイティブを作成し、受託者と委託者で協議の上、配信期間、頻度を設定し、広告を配信すること。

#### ウ キャンペーン期間中の運用・管理

キャンペーン期間中は、アクセスを分析しながら媒体の予算配分や、広告素材の改善を行い、若年層の参加率を増やす広告を配信する。

エ キャンペーン後の継続登録者確保のための運用についての提案

キャンペーン終了後に主に若年層にフォローを解除されないための今後の Instagram 運用について提案すること。

オ 協議、打合せ等

より効果的なキャンペーンとするため、業務に関する協議、打合せ等は、県が必要とした場合は随時行うものとする。

## 5 成果物及び提出物

### (1) 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

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 本業務の分析結果を受けた、今後の運用方針案と改善案

### (3) 成果物に関する著作権等について

ア 成果物に関する著作権（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し、県が必要とする場合は、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 成果物については、原則として県が複製し、若しくは翻案、変形、改変その他の修正をすることができること。

ウ 制作の都合上止むを得ず、著作権等を県に譲渡できない写真、文章等を使用する場合は、事前に申し入れを行い、県の実情を得ること。県に著作権等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。

エ 受託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、受託者が負うものとする。

## 6 広告を掲載するサイトの基準

(1) 次の各号に掲げるサイトへは広告を掲載しないように配慮すること。

ア 法令等に違反するもの又はそのおそれがあるもの

イ 公の秩序若しくは善良の風俗に反するもの又はそのおそれがあるもの

ウ 人権その他の他者の権利を侵害するもの又はそのおそれがあるもの

エ 政治性または宗教性のあるもの

オ 特定の主義主張を目的とするもの

カ 前各号に掲げられるもののほか、県が広告を掲載することが適当でないと認められるもの

- (2) 前項で掲げるサイトに広告が掲載されたことが判明した場合は速やかに掲載を停止し、広報課に報告すること。

## 7 留意事項

(1) 電話、メール等にて迅速かつ確実な連携体制であること。

(2) 本仕様書は、プロポーザル用であり、選定された受託候補者とは、内容を別途協議のうえ、契約を締結するものとし、契約内容等については、協議の中で、企画提案書等の内容を変更する場合がある。

(3) 業務の実施に当たっては、県と必要な協議及び打ち合わせを十分に行い、疑義がある場合には双方協議の上、業務を進めるものとする。

(4) 事業の実施にあたり業務全体の詳細な工程表を速やかに作成し、県と協議すること。

(5) この仕様書に定めのない事項については、必要に応じて県と協議するものとする。