

ウェルビーイング広報・行動変容促進業務に係る公募型プロポーザル 質問と回答

No	仕様書項目	質問	回答
1	6(1)① 「富山ならではの幸せ」募集キャンペーン	仕様書には「2,000件以上の目標値を設定すること」とありますが、これは「応募件数（エピソード・写真・動画の総数）」を指す認識でよいのでしょうか。あるいは「特設サイトでのシェアに対するいいね数や閲覧者数」なども含む数値でしょうか。	「応募件数（エピソード・写真・動画等の総数）」を指しています。
2	6(1)① 「富山ならではの幸せ」募集キャンペーン	インフルエンサー／著名人の起用・関係人口化について、「全国的な認知度を有する著名人を起用し、継続的な関係人口となるよう工夫すること」とありますが、県側で既にアプローチしている、あるいは希望される特定の富山県ゆかりの著名人のイメージや、予算的な期待値（謝金等の目安）はありますでしょうか。	県で既にアプローチしている特定の著名人はいません。また、謝金等の目安はありませんので、予算の範囲内で、全国的な認知度・発信力を有し、本キャンペーンの効果的な周知・拡散につながる候補者を提案してください。
3	6(1)① 「富山ならではの幸せ」募集キャンペーン	応募コンテンツの形式について、「エピソード、写真、動画等」とありますが、審査や表彰（アワード形式）のようなインセンティブ設計を県として想定されていますか。それとも純粋な「集めて可視化する」プロモーションでしょうか。	現時点で審査や表彰は想定していません。募集したコンテンツが多くの人に届き、共感や気づきにつながるよう可視化し、効果的に共有・発信する方法を提案してください。なお、多数のコンテンツが集まるよう、インセンティブの提供等を含めた企画提案を妨げるものではありません。
4	6(1)② 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	昨年度実施した「ウェルビチャレンジ」をベースにしつつ、今年度は「家族・友人・地域・学校」へ対象を広げることが求められています。ターゲット拡大に伴う「しあわせのカギ」の扱いについて、昨年度は職場向けの10のチャレンジ項目を設定していましたが、今回「家族、地域、学校」へとコミュニティを広げるにあたり、それぞれのコミュニティに応じた新しいチャレンジ項目（「しあわせのカギ」の追加・改定）を提案に含めるべきでしょうか。	各コミュニティの特性に応じたチャレンジ項目や、「しあわせのカギ」の追加・改定がある場合は、企画提案に含めてください。実際に挑戦する取組みの内容・項目については、提案内容を踏まえ、県と協議のうえ決定します。
5	6(2) ウェルビーイングに関する広報、デジタルプロモーション等の実施	仕様書には「都道府県幸福度ランキング2026で47位という現状を覆す」とあり、「県内外から募集」との記載もあります。デジタル広告（Google、Instagram、TikTok、YouTube等）の配信地域ターゲットは、富山県内メインとするか、全国（あるいは首都圏などの関係人口ターゲット）への配信も一定割合想定すべきでしょうか。	「富山ならではの幸せ」は県内外から広く募集することとしているため、富山県内だけでなく全国への配信も想定しています。効果的に周知できるようなプロモーション内容を提案してください。
6	6(3) その他留意点	絵本「タケシのせかい」の活用範囲について、仕様書に室井滋氏の絵本「タケシのせかい」の活用検討が明記されています。デジタルコンテンツ化（特設サイト上での展開や動画化など）への二次利用は、著作権・契約上可能でしょうか。	二次利用については、出版社等の権利者と協議・確認が必要となりますので、提案内容や利用範囲に応じて別途調整します。
7	7 目標値（KPI）の設定	仕様書に「令和7年度は992名の申込があり、それ以上を設定」とありますが、昨年度提案時のKPI（50グループなど）と比較して、今年度は「グループ数」ではなく「個人参加者数（名）」をプライマリKPIとして管理する方針でしょうか。	「個人参加者数」をKPIとして設定してください。なお、個人参加者数とグループ数は相互に関連する指標であるため、グループ数についても併せて管理することとしています。
8	9 その他	仕様書に「情報発信コンテンツ制作：広告運用管理：効果測定・改善＝3：6：1」の割合を目安とする旨が記載されています。今回の提案上限額「7,000,000円」に対して、イベントの運営経費・会場費・出演者謝金などは、この3つの分類のどこに算入（あるいは別枠として管理）すべきでしょうか。	情報発信を目的としたイベント運営経費等については、広告運用管理に分類してください。なお、事業効果を最大とするために配分を変更することは差し支えありません。