

とやま食育フェア開催事業等実施業務委託仕様書

1 委託する業務名

とやま食育フェア（仮称）開催事業実施業務委託

富山型食生活PR業務委託

2 業務の趣旨・目的

- ・県民に食育の取組みを広く普及し、県民の食育への実践を促す。
- ・食生活を疎かにしがちな若者世代の健康で持続可能な食の実現を目指し、学食との連携やキャンペーン等をきっかけとし、富山型食生活を認知し、実践してもらう。

※「富山型食生活」

富山米と新鮮な魚介、旬の野菜、肉などの地場産食材や、地域に伝わる伝統的な食文化を活かした栄養バランスの良い食事をできるだけ家族揃って楽しむ食生活

3 委託期間

委託契約締結の日から令和7年3月31日（月）まで

4 委託業務の内容

委託する業務の内容は、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。

(1) とやま食育フェアの開催

①目的

- ・ライフスタイルが多様化する中でも取り組みやすい食育を紹介し、食育を実践する人を増やす。
- ・農林水産業への理解醸成を図る。

②テーマ

- ・第4期富山県食育推進計画推進において、生活のあらゆる場面での心身の健康を支える食育の推進のために、望ましい食習慣の形成に向けた普及啓発や家庭における楽しい食生活の実践と支援が必要とされているほか、持続可能な食を支える食育の

推進のため、食生活が自然の恩恵の上に成り立っていることについての感謝の心や理解を深めることが必要とされている。これらのことを踏まえ、誰でも分かりやすく食育の重要性が理解できるキーワードとして、食前・食後の挨拶である「いただきます」「ごちそうさま」を通じた食育の普及・啓発をテーマとすること。

- ・農畜産物の生産コストや購入価格に関する普及・啓発の企画を提案すること。

例) 農畜産物の生産コスト（農機具、賃借料、肥料費、人件費など）や昨今の物価・資材の高騰による生産コスト上昇に関する解説パネルの展示、適正な農畜産物の購入価格に関するアンケート など

③開催期日

令和6年度中の休日二日間とし、提案による。

ただし、県の食育月間の11月に開催することが望ましい。

※期日については、別途受託者と協議の上変更する場合がある。

④開催場所

大型ショッピングモールなど、幅広い年齢層（特に若者や子育て世代）の来場が見込める場所とし、提案による。

⑤開催業務

区分	業務の内容	備考
設営・撤去業務	(1) 会場の設営及び撤去に関するすべての業務 (ステージ、各種展示ブース、会場内外サインの設置)	
企画・運営業務	次に掲げる事項に関する業務 (1) 著名人、食育リーダー等による食育ミニ講座・トークショー（当日の様子を撮影し後日動画を公開する事） (2) 企業・団体出展ブース (3) 富山型食生活PR（レシピのPR・試食等） (4) 収穫体験等の農林水産業体験 (5) 会場の美化・清掃 (6) スタッフの配置 (7) その他フェア全体の企画	
出展調整業務	次に掲げる事項に関する業務 (1) 出展者の募集 (2) 出展者の選定に関する事項	出展者の決定は、県と協議して行

	(出展者からの相談等への対応を含む) (3) レイアウト (ブース等の配置) の調整 (4) 必要に応じた出展料の徴収 (出展料は受託者の収入とします)	うものとして します。
広報業務	次に掲げる事項に関する業務 (1) 開催案内チラシの作成 (2) チラシの封入及び発送 (3) 各種メディア、SNS 等を活用した広報	県・市町村 への配布 は、県が行 います。

(2) 富山型食生活レシピ動画の編集・公開

①概要

富山型食生活につながる料理のレシピ動画を編集、公開する。

②業務内容

- ・約 10 レシピの動画素材をそれぞれ 3 分程度の動画に編集すること。(レシピ考案及び調理過程の撮影は県から別途委託する富山短期大学の学生が行う。10 月頃予定。)
- ・編集した動画を「おうちごはん富山」の YouTube アカウント等に投稿し、県民に広く閲覧してもらえるようにすること。

(3) 食育実践キャンペーン (以下、「キャンペーン」という。) の実施

①概要

富山県民の食育の実践を促すため、下記 2 部門の、SNS 等を活用したキャンペーンを行い、応募した方に抽選でプレゼントを贈呈するもの。県民に多く参加してもらえるような形式を提案すること。なお、R 5 年度に実施した「富山型食生活ハッシュタグキャンペーン」の形式 (Instagram で指定のハッシュタグを付けて投稿してもらう形式) と異なってもよい。

(ア) 食育活動実践部門 (仮称)

- ・家庭菜園、観光農園、農林水産業体験イベント等での収穫等の作業体験
- ・食育関連のイベントやセミナー、料理教室への参加
- ・新たなライフスタイルに対応した食育の取組み (中食の活用、一人暮らしの料理、簡単調理、食材冷凍術、作り置き術など)

(イ) 富山型食生活部門（仮称）

「富山型食生活」の実践につながる対象レシピを、実際に作って食べる。

②業務内容

- ・キャンペーン事務局を開設し、応募に関する問い合わせに対応すること。
- ・8月からキャンペーンを開始し、2か月程度実施すること。
- ・「おいしいね！楽しいね！おうちごはん富山」のサイトをキャンペーン用に改修すること。
- ・当選者へのプレゼントを県と協議の上決定し、発送すること。応募者が増えるようにプレゼントの内容や個数を提案すること。（プレゼント分も経費に含むこと。）
- ・チラシ、デジタル広告等により、キャンペーンの広報を十分に実施すること。その他効果的な広報があれば提案、実施すること。後述の（6）～（9）を実施すること。

(4) 実践体験記パンフレット制作業務

①概要

（2）で作成したレシピ及びキャンペーン応募者の投稿を紹介するパンフレットを制作するもの。

②業務内容

- ・パンフレットはA5サイズ、12ページ、3,000部を想定して見積もること。（ただし、事業実施後の打ち合わせによってページ数や部数は変更になる可能性がある。）

(5) 富山県内の学生食堂での富山型食生活PR業務

①概要

富山県内の大学や短期大学等の食堂で（2）で作成したレシピを基に富山型食生活のコラボメニューを提供し、富山型食生活についてPRする。

②業務内容

- ・実施する学生食堂を提案すること。
- ・学食担当者と事業実施のための調整を行うこと。

- ・コラボメニューは富山県産食材を1種類以上使用し、提供期間は2週間程度とすること。
- ・コラボ期間に富山型食生活についてPRするため、食堂内で、野菜摂取量測定会を実施すること。1週間あたり1回以上実施すること。（なお、測定器※は県で手配する。※機械に手のひらを数十秒当てることで野菜摂取量を測定できるもの。）
- ・その他富山県内の若者世代への富山型食生活の普及に効果的な手法があれば提案、実施すること。

(6) 本業務の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。

食生活を疎かにしている人

地 域	県内
年 代	18歳～30歳の男女
価 値 観	<ul style="list-style-type: none"> ・食生活に関心はあるが、食生活が乱れている人 ・「食育」に関心がない人
訴求内容	「食育」を実践する

(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	<ul style="list-style-type: none"> ・とやま食育フェア、キャンペーンに参加する ・とやま食育フェア、キャンペーンの参加を通じて「食育」を実践する
------	---

(7) 目標値 (K P I) の設定

- ・とやま食育フェア参加者数及びキャンペーン応募者数を目標値の一つとして、必ず設定すること

- ・その他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がある場合は、具体的に設定し、その内容を提案書に記載すること。
- ・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。

(8) 情報発信コンテンツ（広告クリエイティブ）の制作

- ・ターゲットに対して、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。
- ・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。

(9) 広告の運用管理

- ・広告は、ディスプレイ広告、検索連動型広告、SNS 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。
- ・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。

(10) 効果測定

- ・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、県に協議すること。
- ・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、広告の配信後、報告書としてとりまとめを行い、県に報告すること。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。

5 成果物及び提出物

(1) レシピ動画データ

- ・本業務により制作した動画をデータにて納品すること。

(2) 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。

(3) 報告書

- ・業務完了後、実績報告書を提出すること。なお、実施した広告の効果検証分析及び、その結果からの来年度のプロモーション戦略についての改善案も含むこと。

6 その他業務実施上の条件

- (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) 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。
- (3) 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。
- (4) 事業の実施においては、県に対して緊密に進捗状況等を報告、確認すること。
- (5) 事業実施に係る業務全体の詳細な行程表を業務受託後1ヵ月以内に作成し、県と協議すること。
- (6) 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。
- (7) 事業の趣旨に沿った効果的な提案であれば、仕様書に無い事項についても、新たな提案を妨げるものではないこと。
- (8) この仕様書に定めのない事項については、必要に応じて富山県と協議し決定すること。

(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 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。