

デジタル広告を活用した県政情報発信業務委託企画提案書作成要領

1 提出書類

企画提案書

ア A4版、横書き、左綴じ、20ページ以内

イ 表紙に「デジタル広告を活用した県政情報発信業務委託企画提案書」と記載

ウ 正本は余白に事業者名を記載、副本は企画提案書内に事業者名を記載しないこと。

2 提出方法

持参又は郵送

※提出書類を郵送する場合、担当者に事前に電話連絡の上、記録が残る方法により提出期限までに必着させること。なお封筒に「デジタル広告を活用した県政情報発信業務委託関係書類在中」と朱書きすること。

3 提出期限

令和7年4月3日（木）正午必着

4 提出先

石川県知事室戦略広報課広報グループ 宛

〒920-8580 石川県金沢市鞍月1丁目1番地

TEL: (076)225-1239 / Mail: e130500b@pref.ishikawa.lg.jp

5 企画提案書等の内容

仕様書を参照の上、次の事項について記載した企画提案書を作成すること。様式は任意とする。

(1) 方針等

デジタル広告を広く県民に向けて発信しつつ、特に20～30代の若年層が広告内容に興味・関心を持つようなクリエイティブで広告を実施するため、下記の留意点や参考情報を踏まえ、クリエイティブ制作・広告配信の基本的な方針、コンセプトを記載すること。

【留意点】

- ・クリエイティブ制作の方針には、20～30代の若年層に訴求できるクリエイティブ制作におけるポイントなどを明確にして記載すること。
- ・広告配信の基本的な方針には、普及啓発を目的とするもの、イベントの周知を目的とするものといった配信テーマの性質や広告する目的に応じて、どのような広告配信媒体の提案やターゲティング設定の提案を行えるかなどを記載すること。また、広告配信中、配信後のレポートを踏まえ、業務期間中にどのようにPDCAサイクルを回していくのかなど、業務改善の方針も合わせて記載すること。

【参考：仕様書記載の業務内容】

- ・受託期間中に24件の広告を制作・配信するものとする。内訳としては、特に力を入れて広報するテーマ6件ではバナー広告と動画広告を制作・配信し、18件はバナー広告を制作・配信するものとする。

- ・広告のテーマは県と協議のうえ、決定する。
- ・動画広告の動画の尺は15秒とする。
- ・広告配信媒体について、バナー広告はGoogle、動画広告はYouTube、Instagramなどへの配信などを想定しているが、広告ごとにテーマの内容・目的に合ったものを受託者から提案すること。
- ・広告配信期間は1件あたり2週間を基本とする。
- ・広告配信期間中は広告の運用状況を確認しつつ、目標達成に必要な変更、改善を行うこと。
- ・配信終了後にレポートの報告と合わせて、業務改善の提案をすること。

(2) 広告の企画提案

次に例示するテーマについて、(1)方針等で提案した内容に沿って広告クリエイティブや、広告配信媒体、ターゲティング設定などを含め、広告の企画提案を行うこと。なお、クリエイティブや媒体選定などの提案内容がどのような考え方に基づいてなされているかを明記すること。

広告クリエイティブの提案は画像、絵コンテを活用する等、視覚的に表現するとともに、訴求ポイントを明確にすること。また、バナー広告については、複数のバナーデザイン案、広告配信先の規格に合わせた複数サイズのバナー案を提案すること。

下記に記載の広告配信料の想定を参考に、提案した広告配信媒体ごとの表示回数、クリック数(率)などの目標値(シミュレーション)もあわせて提案すること。

○ トキ放鳥決定を記念したイベント

テーマ概要：令和8年度上半期のトキ放鳥に向けて、記念イベントを実施。

広告の目的：20～30代に訴求するクリエイティブで広告を実施し、子育て世代のイベントへの参加を促しつつ、イベントについて全世代に対しても周知する。

広告の形式：バナー広告及びショート動画(15秒) 広告

広告配信料：400千円

広告の期間：2週間

補足：令和5年に実施した「いしかわトキの日記念キックオフイベント」(下記URL)を参照し、トキ放鳥決定を記念したイベントの内容とみなして広告案を制作すること。

参考URL：<https://www.pref.ishikawa.lg.jp/sizen/toki/tokinohi.html>

(3) 実施体制等

- ・実施体制と役割分担等を記載すること。
 - ・業務全体を管理する者(責任者)及びその他の業務従事者について、業務従事者に対する指揮命令系統、業務従事者の配置、業務内容等について記載すること。
 - ・業務期間中のスケジュールを記載すること。バナー広告は1か月に2～3件、動画広告は、1か月に1本程度のペースでの配信を想定するものとする。
 - ・出稿期間終了後、広告実施結果や効果測定結果を県に報告し、フィードバックするまでの期間などをスケジュールに盛り込むこと。
- ※広告出稿期間中に運用状況を確認・管理し、目標達成のためにターゲティング

- 変更等を実施する場合も含めてスケジュール等を記載すること。
- ・委託者の求めに応じ、広告配信状況等を速やかに確認できる体制とすること。

(4) 類似業務の受注実績

国または自治体等から、元請としてSNS等のデジタル広告を活用した情報発信を行う業務に携わった実績がある場合、実績の概要を、制作した動画やバナーデザインなどのクリエイティブと合わせて記載すること。

※動画の制作実績はYouTubeなどの掲載URLを記載する等の方法で確認できるようにすること。

(5) 見積

- ・一式計上ではなく、第三者により客観的な判断が可能な積み上げ方式とすること。（各項目の単価が判断できる内容とする。）。
- ・見積金額の表示は、税抜き金額、消費税及び地方消費税、合計金額を明記すること。

6 企画提案にあたっての留意事項

- (1) 自社（共同企業体）の強みを生かした企画の提案がある場合は積極的に記載すること。
- (2) 企画提案書の作成にあたり、定められた予算及び期限の範囲内で、仕様書よりも優れた方法で提案できると判断した場合、仕様書の内容を一部変更して当該方法を提案できるものとする。
- (3) 委託者が何らかの役割を担う場合は、委託者と受託者の役割を明確に示すこと。
- (4) 文字サイズは、12ポイント以上とすること。
- (5) 言語は日本語、通貨は日本円、単価は日本の標準時及び計量法の法定単位によるものとする。
- (6) 再委託先がある場合は、その業務内容及び再委託金額を明記すること。
- (7) 提出できる企画提案書は1案とする。
- (8) 提出期限までに提出しない者は辞退したものとみなす。
- (9) 一度提出した企画提案書等はこれを書き換え、引き換え又は撤回することはできない。
- (10) 必要に応じて、追加資料の提出を求める場合がある。
- (11) 企画提案書の記載が、特許権など日本国の法令に基づいて保護される第三者の権利の対象となっているものを使用した結果生じた責任は、提案者が負うこととする。
- (12) 提出された企画提案書は、審査に必要な範囲において複製する。