

令和6年度長野県森林づくり県民税広報業務 委託仕様書（案）

1 業務名

令和6年度長野県森林づくり県民税広報業務

2 業務の目的等

(1) 目的

長野県森林づくり県民税（以下「森林税」という）の使途の認知度は、令和5年度実施の県政アンケート調査の結果によると13%であり、目標である40%を達成していない現状がある。

県民に負担いただいた森林税がどのように使われ、生活に役立っているかを周知することにより、納得した上で税を納めていただく意識を醸成する。

(2) 委託期間

契約締結の日から令和7年2月28日（金）まで

(3) ターゲット

県内の森林税（住民税）納税義務者（全年齢対象）

(4) 目標

森林税の使途の認知度向上

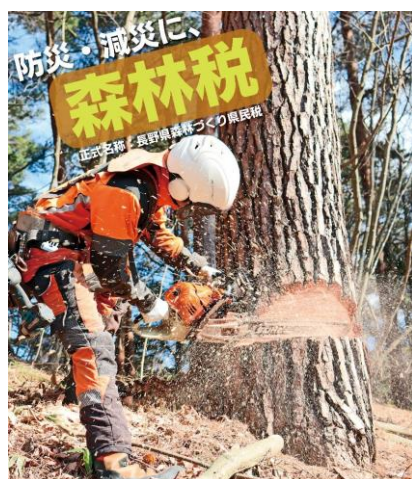
森林づくりへ参加している意識の醸成

3 業務内容

森林税の名称及び使途の認知度を向上するための広報を実施する。

(1) 街中への既存ポスター掲示

- ・県内主要駅等へ、B1サイズのポスターを最低2週間掲示すること。
掲示の場所については受託者の提案による。



森林税はみなさんの「日々の暮らしを豊かにすること」に活用されます

- ①森林の整備のため、山に木を植えることにもつながる森林の手入れを進めます
- ②電線の架けかたや電線のひきまわりをもっと身近にむくまらなかに
- ③森林・林業に関わる人材を支え、育てます
- ④市町村と協力しライフラインの安全対策や農林業関係等の地域の活性化を支援します



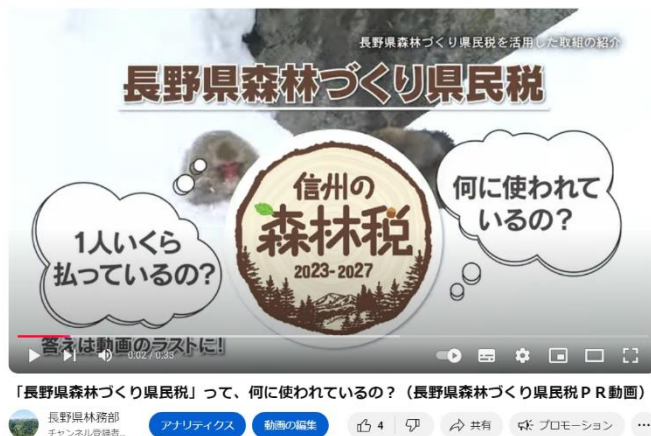
森林税はみなさんの「日々の暮らしを豊かにすること」に活用されます

- ①森林の整備のため、山に木を植えることにもつながる森林の手入れを進めます
- ②電線の架けかたや電線のひきまわりをもっと身近にむくまらなかに
- ③森林・林業に関わる人材を支え、育てます
- ④市町村と協力しライフラインの安全対策や農林業関係等の地域の活性化を支援します



(2) 動画を活用した広告

- ・既存の動画を使用して広告を掲出すること。
使用する動画：<https://www.youtube.com/watch?v=kCkpLANc2U>
- ・媒体の選定（YouTube、デジタルサイネージ等）は受託者の提案によること。
- ・なお、貸与形式はMP4形式とする。



(3) 受託者の提案による広告

- ・WEB 広告や、Instagram での発信等、受託者の提案により広報を実施する。

(実施策の例)

媒体	特性	実施策
動画共有プラットフォーム	<ul style="list-style-type: none">・ターゲティングが容易にできる。・視聴者の分析が可能	インストリーム広告
デジタルサイネージ	<ul style="list-style-type: none">・ターゲットを絞らない広報が可能。・通行人へのプッシュ型広報	通行量が多い箇所でのデジタルサイネージ広告
WEB 広告	<ul style="list-style-type: none">・ターゲティングが容易にできる。・ランディングページへの誘導が可能。	県公式ホームページをランディングページとしたバナー広告
リーフレット	<ul style="list-style-type: none">・上記の閲覧が比較的少ない高齢層へリーチすることができる。	店舗への設置、折込チラシの配布

※あくまで例示のため、上記に限らず受託者の全体設計に基づいて提案すること。

4 スケジュール（想定）

年月	業務内容
令和6年12月上旬	契約予定日
令和6年12月中旬から令和7年1月中旬	集中広報期間
令和7年2月上旬	広報終了
令和7年2月28日	業務完了報告書の提出

5 使用可能な広報物品

- ・ B1 ポスター 50枚×2種類
- ・ A4 見開きリーフレット 5,000部
(https://www.pref.nagano.lg.jp/rinsei/sangyo/ringyo/shisaku/kenminzei/documents/4_p.pdf)
- ・ MP4形式動画 1本 (<https://www.youtube.com/watch?v=kCkpLANc2U>)

6 成果品

- (1) 本業務で実施した成果を委託業務完了報告書として提出すること。

配信等を行った場合は、実績・揭示実績・広告実績や効果を分析し、分かりやすく示すこと。

※その他、新たに作成した広報物がある場合は該当のデータを成果品として提出すること。

- (2) 成果品は以下へ提出すること。

郵送：〒380-8570 長野県長野市大字南長野字幅下 692-2 長野県林務部森林政策課
電子メール：rinsei@pref.nagano.lg.jp

7 留意事項

- (1) 広告及びその詳細については、事前に県と協議の上出稿等を行うこと。

- (2) 動画共有プラットフォームへのインストリーム広告及びバナー広告では、以下の内容を実施すること。

- ・ 広告の効果（インプレッション数やクリック数等）を検証すること。
- ・ 広告価値を毀損する「ブランドセーフティ」、「アドフラウド」、「ビューアビリティ」についての対策を講じるよう努めること。
- ・ 広告価値を毀損する不適切なサイト等への広告掲載が確認された場合は、直ちに県に報告するとともに、県の対応指示に従うこと。

（不適切なサイト等の例）

○法令等に違反するもの又はそのおそれがあるもの。

○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。

- 人権その他他者の権利を侵害するもの又はそのおそれがあるもの。
- 政治性または宗教性のあるもの。
- 特定の主義主張を目的とするもの。
- 上記に掲げるもののほか、委託者が広告を掲載することが適当でないと思われるもの。

(3) 権利関係

- ・制作物が他の所有権や著作権、肖像権を侵害するものではないこと。
- ・本業務に関する所有権や著作権は、原則として全て委託者に帰属するものとする。ただし、受託者が従来から権利を有している受託者固有の知識、技術に関する権利等（以下「権利保有物」）については、受託者に留保するものとし、この場合、委託者は権利保有物について当該権利を非独占的に使用できることとする。なお、新たに広報物を制作する場合、委託者が二次利用できることを考慮して制作すること。

(4) 個人情報の取得・保護・管理等

- ・受託者は本事業の実施上知り得た情報については、秘密を保持するとともに、契約目的以外に使用してはならない。また、契約期間終了後も同様とする。
- ・受託者は個人情報の保護については十分に注意し、流出・損失を生じないこと。
- ・受託者は成果品（業務の履行過程において得られた記録等を含む。）を第三者に閲覧させ、複写させ、又は譲渡してはならない。ただし、委託者の承諾を得た場合はこの限りではない。

(5) 当該業務を再委託する場合は「自営型テレワークの適正な実施のためのガイドライン」（平成30年2月厚生労働省改定）を遵守すること。

(6) 業務に関する協議、打合せ等は、委託者が必要とした場合は随時行うものとする。また、協議、打合せ等にあたっては、委託者の指示する資料及び情報の提供を行うものとする。