

令和6年度ひろしまの森づくり事業の普及啓発に係る業務委託仕様書

1 業務の名称

令和6年度ひろしまの森づくり事業の普及啓発に係る業務（以下「本業務」という。）

4 業務の目的

広島県では、県土の保全や水源涵養などの森林の有する公益的機能を持続的に発揮させるため、平成19年度より「ひろしまの森づくり県民税」（以下、「森づくり税」という。）を導入し、県民から特別に税を徴収するとともに、これを財源とした「ひろしまの森づくり事業」（以下、「森づくり事業」という。）によって、荒廃した森林の再生や森林資源の利用促進、県民理解の促進などに取り組んでいる。

本業務では、県民が、自身が納税している500円の使い道である森づくり事業の取組を一つでも認知し、森づくり税や森づくり事業に対する理解を深めていただくことを目的とする。

2 発注者

ひろしまの森林づくりフォーラム（事務局：広島県農林水産局森林保全課）

3 業務の期間

契約締結の日から令和7年3月18日（火）まで

4 業務の概要

(1) 目標値

県民全体における、森づくり事業により実施されている取組の認知度が、令和8年度末に30%に達することを目指しており、令和6年度においては、25%を目標値とする。

第4期ひろしまの森づくり事業における事業取組内容の目標認知度

		R4	R5	R6	R8
目標値		—	—	25%	30%
※アンケート調査結果	取組を知っている	24.0%	22.9%		
	名称のみ	9.4%	9.7%	—	—
	知らない	66.6%	67.4%	—	—

※問「ひろしまの森づくり事業」として実施している次の取組を、あなたは知っていますか。に対する回答（N=1,000）

(2) 広報のターゲット

ターゲット：県民全体

コアターゲット	ターゲット選定理由	ターゲットに対して届ける 広報内容（メッセージ）
【メインターゲット】 乳幼児～小学校低学年 の子を持つ親世代	森林に関心のない若い年代へ早期から周知することで、森を学ぶ機会を増やし、次世代への普及啓発につながると考えられるため。	・ひろしまの森づくり事業の 使途・効果
【サブターゲット】 森林、自然、アウトド ア活動に関心のある 20 ～40 歳代	既に森林等に関心のある世代を、周知によって実際に森林保全活動への参加につなげ、近い将来の担い手育成につながると考えられるため。	・ひろしまの森づくり事業の 使途・効果 ・森づくりネットへの誘導による森林体験活動（ボランティア）への参加促進

(3) 企画内容

受託者は、次の項目に基づき**企画、デザイン、原稿、編集、校正、運用、分析等の一切の業務および納品業務**を行うこととする。

ア 森づくり事業取組認知のための動画制作【経費配分：2,500千円程度】

①ロング動画：フルアニメーション、60秒程度、3本

- ・ひろしまの森づくり事業の使途・効果を深く知ってもらうことを目的とし、ひろしまの森づくりキャラクター「モーリー」を主人公とした動画を制作すること。
- ・内容は、森林の果たす役割と森づくり事業による森林整備の効果を結びつけ、森林整備に良い印象を持てるものとし、メインターゲットの興味を引くストーリー性のあるフルアニメーションで、60秒程度のものを3本制作すること。

(効果、表題例：山地災害防止効果「山地災害に強い森って？」

木材、林産物生産効果「森のめぐみ、使わなくちゃもったいない」
鳥獣被害抑制効果「イノシシこわい」など)

②ショート動画：6秒3本・15秒3本

- ・森林に関心のないターゲットの興味を引き、事業や税の名称を認知してもらい、将来の深い認知につながる層を増やすことを目的とし、①の動画を編集したショート版の動画を各3本（6秒・15秒版）/計6本を作成すること。
- ・次項イで使用することを想定し、すぐにスキップ・離脱されることを防ぐための工夫をすること。特に冒頭数秒は視聴者に見てもらえるようなインパクトのある T/D を提案すること。

(留意事項)

- ・「モーリー」のアレンジや、「モーリー」のお友達などの派生キャラクター（新設）等の設定、既存の人気キャラクターとタイアップなど、森林に関心のないターゲットの興味を引き、面白くするための工夫すること。

- ・モーリーの派生キャラクターを新設した場合は、期限や製作者への許可なく、発注者が使用できるものとする。
- ・令和6年度以降も継続して使用可能な内容とする。

イ web 広告配信【経費配分：4,000 千円程度】

- ・森林に関心のない【メインターゲット】の興味を引き、事業や税の名称を認知してもらい、将来、ひろしまの森づくり事業の使途・効果など深い認知につながる層を増やすことを目的とし、アで制作したショート動画6本および既存の動画4本 (<https://moridukuri.net/effort>) を活用し、web 広告によって発信する。
- ・前項で興味を持った者や、【サブターゲット】に対しても、ひろしまの森づくり事業の使途・効果を深く知ってもらうことを目的とし、アで制作したロング動画3本を可能な限り最後まで視聴できる web 媒体を選択し、配信する。

(留意事項)

- ・配信の目標値を設定すること。2週間を目途に表示回数やクリック数、クリック率等を分析し、目標数値達成のために必要な調整を行い、報告すること。
- ・社会通念上不適切であると考えられるサイトへの掲載を排除するよう努め、掲載サイトを定期的に確認すること。
- ・目標値を達成するために、十分な期間の発信を行うこと。

ウ ディスプレイ広告配信【経費配分：1,000 千円程度】

① バナーの制作

- ・広告配信に必要なバナーを2種類以上制作すること。
- ・思わずクリックしたくなるようなデザイン・構成とすること。

② 配信

- ・ひろしまの森づくりネット (<https://moridukuri.net/>) に自らアクセスすることのない【サブターゲット】を下記ページに誘導し、森づくり事業の使途・効果など深い認知につなげるほか、森づくり事業で実施するイベントへ参加など、事業への参画になげることとする。

誘導先：[実績と成果](#) | [ひろしまの森林づくりフォーラム \(moridukuri.net\)](#)

[活動報告](#) | [ひろしまの森林づくりフォーラム \(moridukuri.net\)](#)

[県内森づくり活動団体一覧](#) | [ひろしまの森林づくりフォーラム \(moridukuri.net\)](#)

(留意事項)

- ・配信の目標値を設定すること。2週間を目途に表示回数やクリック数、クリック率等を分析し、目標数値達成のために必要な調整を行い、報告すること。
- ・社会通念上不適切であると考えられるサイトへの掲載を排除するよう努め、掲載サイトを定期的に確認すること。

エ イベントの実施

- ・【メインターゲット】へ向け、森林の公益的機能と森づくり事業の取組効果をPRするイベントを最低1回開催すること。
(例：ファミリー層を対象とした木育イベント、民間大型イベントでの一部エリアを借りた参加型PRイベントなど)
- ・目標訪問者数は合計1,000人程度とする。
- ・集客目標の達成に向け、最適な広報を実施すること。
- ・会場に訪れ、広報に触れた人の意見聴取により、(オ)の認知度アンケートを補完するためのアンケートを訪問者の5～10%を目途にアンケートを実施し、回答者には別途発注者が制作した「コースター」及び「リーフレット」を配布する。なお、アンケートの内容は発注者にて決定する。
- ・ニュース等報道とのタイアップ等、イベント自体が広報となるような仕立てとすること。
- ・イベントの開催等、業務の実施に伴い残材や廃棄物が発生する場合は、受託者の責任において処分等を行うこと。

オ アンケート調査（広報効果の検証）

- ・ひろしまの森づくり事業の取組認知度を把握し、広報業務を実施した効果を判別するため、アンケート調査を実施する。
- ・広報業務の実施後、1回行うこと。
- ・設問は、回答者情報を除き10問程度とし、発注者と受託者で協議を行い決定する。
- ・調査対象は、県内在住の個人1,000人以上とする。ただし、標本数は性別および各年齢層において均等とする。
- ・アンケート実施後は、目的に沿った詳細な分析を実施し、報告書にまとめて提出すること。

カ その他（自由広報）

- ・上記(ア)～(オ)のほか、TV・新聞・雑誌・ラジオ・交通広告、業界紙・業界の広報誌等、様々な媒体から効果的なものを提案し、組み合わせて実施すること。
- ・発注者が別途主催・運営予定の「フォーラムの森」森林保全活動（11/16予定）について、任意の広報媒体で報道すること。

5 打合せ等

(1) 打合せ

受託者は、業務の遂行にあたり、原則として、県庁で発注者と月1回程度の定期的な打合せを行うものとする。

打合せについては次のような内容を主に想定している。

- ・進捗状況の報告
- ・広報実施による視聴者の反応やメディアの意向を踏まえ、さらなる効果的な広報に向けた改善点を提案するなど、より高い認知に向けた方策の検討
- ・各提案内容の実施の可否や詳細について決定するための協議

- (2) 報告
受託者は、打合せ結果を記録にまとめ、発注者に速やかに提出するものとする。

6 成果物

事業者は、事業完了後、速やかに次の成果物を提出する。

- (1) 本業務で制作した成果品等の電子データ一式
- (2) 遂行した業務内容と業務結果の分析及び今後の改善策が記載された実績報告書

7 その他条件等

- (1) 追加料金が発生する提案は認めず、本提案に要する一切の経費は受託者が負担する。
- (2) 業務に係る各種調整は受託者が行う。
- (3) 契約に当たっては、最優秀者の提案を基に県と協議・調整の上、要求仕様の確定後に契約の締結を予定していることから、契約段階において、提案内容の変更を求めることがあり得ることを了承すること。
- (4) 契約締結後、協議等により確定した実施業務の進行スケジュール表を 10 日以内に作成し、発注者に提出及び承認を得ること。
- (5) 再委託等の制限

受託者は業務の一部を委託することができるが、その場合は再委託先ごとの業務の内容、制作の体系図及び工程表、再委託先の概要及びその体制と責任者を明記したものを事前に書面にて報告し、発注者の了解を得なければならない。

- (6) 業務の履行に関する措置

発注者は、本業務（再委託した場合を含む。）の履行につき著しく不相当と認められるときは、受託者に対して、その理由を明示した書面により、必要な措置をとるべきことを要求することができる。

受託者は、上記要求があったときは、当該要求に係る事項について対応措置を決定し、その結果を要求のあった日から 10 日以内に発注者に書面で通知しなければならない。

- (3) 成果品の利用（二次利用等）

本業務による成果品の著作権等一切の権利は発注者に帰属するものとし、また発注者は、本業務の成果品を自ら使用するために必要な範囲において、随時利用（加工を含む）できるものとする。

- (4) 機密の保持

受託者は、本業務（再委託をした場合を含む。）を通じて知り得た情報を機密情報として扱い、契約の目的以外に利用し、又は第三者に提供してはならない。また、本業務に関して知り得た情報の漏えい、滅失、き損の防止、その他適正な管理のために必要な措置を講じなければならない。契約終了後もまた同様とする。

- (5) 個人情報の保護

受託者は、本業務（再委託をした場合を含む。）を履行する上で個人情報を取り扱う場合は、広島県個人情報保護条例（平成 16 年 12 月 17 日広島県条例第 53 号）を遵守しなければならない。

(6) 「モーリー（ひろしまの森づくりキャラクター）」の使用

本業務に「モーリー」を使用する場合は、本提案において無償で活用できるものとする。

「モーリー」の着ぐるみは2タイプ（通常・バルーン）あり（参考：

<https://www.pref.hiroshima.lg.jp/site/hiroshimanomorizukuri/molly.html>）、県に申し出れば使用可とする。

ただし、使用する場合は事前に申し出るとともに、使用に必要な経費（運搬費及び操演代）は本提案に含める。