

令和8年度 若者のライフデザイン支援事業業務委託 仕様書（案）

第1 適用範囲

本仕様書は、長野県知事 阿部 守一（以下「委託者」という。）が委託する「若者のライフデザイン支援事業業務」（以下「本業務」という。）に適用する。

第2 趣旨・目的

若者自らが結婚や子育て等のライフデザインを思い描くことができるよう、結婚観や将来設計を具体的に考える機会や、結婚生活を含む将来への不安に応える学びの機会を提供し、各々の希望する結婚・子育てに対する前向きな意識の醸成を図る。

第3 関係法令

本業務の実施に関しては、本仕様書によるほか、下記の関係法令等を遵守し行う。

- 1 長野県財務規則及び諸規則
- 2 契約書
- 3 その他関係法令及び通達

第4 委託業務

本業務の委託内容は、以下のとおりとする。なお、業務の実施にあたっては委託者と協議の上で進めること。

- 1 県内の大学生等を対象としたライフデザインセミナーの企画及び実施
 - （1）大学等との事前調整
 - （2）講義形式によるセミナーの実施
 - （3）地域の子育て支援施設等における乳幼児触れ合い体験の実施
 - （4）子育て家庭内における子育て体験の実施
- 2 県内の若手社会人等を対象としたライフデザインセミナーの企画及び実施
 - （1）企業等との事前調整
 - （2）講義形式によるセミナーの実施
- 3 経営者等向けライフデザイン啓発セミナーの企画及び実施
- 4 長野県結婚・出産・子育て応援サイト「チアフルながの」による情報発信
 - （1）ライフデザイン啓発動画（CM）及びセミナー動画の制作及び掲載
 - （2）SNS 等による広報
 - （3）ライフデザインコラムの制作及び掲載

第5 業務の詳細

- 1 県内の大学生等を対象としたライフデザインセミナー（以下「大学生等向けセミナー」という。）の企画及び実施
 - （1）大学等との事前調整
 - ・県内にある全ての大学へ働きかけることにより、各大学等でできるだけ1回ずつ、年間計15回程度実施すること。
 - ・実施に当たっては会場、実施形態（オンライン等）を含め、大学等と十分調整すること。
 - ・授業内での実施を原則とするが、大学等の事情により当該方法での実施が難しい場合には、公募型やゼミ単位での実施など多様な開催方法を検討すること。なお事前調整の結果、年度内での実施が厳しいと判明した場合は、次年度以降の実施に向けて関係者との関係性構築に努めるとともに、業務完了時には報告書にて調整状況を報告すること。
 - ・事前調整状況については、実施状況と合わせて毎週報告すること。

(2) 講義形式によるセミナーの実施

① セミナーの内容

- ・若者自身の人生の選択肢として、学ぶことや働くことと合わせて、結婚や子どもをもつことについて向き合う機会と、その際に参考となる知識や多様なロールモデルを提供し、自分が人生に何を望んでいるかを自分らしく俯瞰的に考え、この先どういったことがハードルになるのかということに気付く機会をもたらしものとする。
- ・結婚や子育てに対する不安を払拭し、「結婚してよかった」「家族をつくるのが楽しみ」といったポジティブな意識を醸成するものとする。なお、あくまで結婚や子育てをするかどうかの選択は自由であり、価値観を強要するものでないことには留意すること。
- ・プレコンセプションケアを含めた妊娠・出産に関する医学的知識、仕事との両立の考え方、結婚・子育てに対する費用感等トータルでライフデザインを考える機会を提供すること。(別紙参照)
- ・「働くことと暮らすことの両立がキャリアアップにつながる」といった視点を踏まえ、様々な切り口から多様な選択肢があることを伝える工夫をすること。

② 対象者

- ・対象は、長野県内の大学生、短大生、専門学校生等を中心とする若者とする。

③ 方法

- ・より多くの若者に大学生等向けセミナーを受講する機会を提供するため、対面形式又はオンデマンド形式にて実施すること。なお、各回 90 分以上、定員 50 名を基本とする。
- ・参加者が互いに語り学び合うことを目的とした内容を組み入れること。ただし、参加者の属性等により実施が困難な場合は、委託者に予め協議すること。
(例) ライフデザインシートの作成を行うワークショップ等
- ・ライフデザインを考えるための具体的なロールモデルから、自身の経験について話してもらう時間を設け、参加者が自分の家族以外の多様なライフキャリアに接する機会を作ること。なお、長野県結婚・出産・子育て応援サイト「チアフルながの」に掲載されているロールモデル動画を講義内で流すことによる代用は認める。
- ・ロールモデルは選定理由等具体的に提案すること。
- ・大学生等向けセミナーの参加費は無料とすること。
- ・参加者を募集するための効率的かつ効果的な広報活動を行うこと。
- ・参加募集を広報するチラシデータを制作すること。

(3) 地域の子育て支援施設等における乳幼児触れ合い体験セミナーの実施

① セミナーの内容

- ・乳幼児と触れ合う機会を設けることにより、子どもを生み育てることや家族を持つことに対する具体的なイメージを持てるようにすること。
- ・少なくとも最低 1 回は実施すること。

② 対象者

- ・対象は、長野県内の大学生、短大生、専門学校生等とする。

③ 方法

- ・参加者が、子どもを生み育てることや家族を持つことに対する具体的なイメージを持てることができるようにするため、乳幼児との触れ合い体験を組み込むこと。

(例) 地域の乳幼児親子の集まる子育て支援施設等での乳幼児との触れ合い体験等

- ・実施に当たっては、乳幼児の抱き方や施設等における行動の注意点を事前に参加者に周知するなど、乳幼児の安全を確保すること。

(4) 子育て家庭内での子育て体験の実施

① セミナーの内容

- ・県内の子育て家庭に訪問し、子どもと触れ合ったり親世代から直接話を聞いたりする機会を設けることにより、子どもを生み育てることや家族を持つことに対する具体的なイメージを持てるようにすること。
- ・子育て家庭訪問後には、若者のライフデザイン支援の重要性について関係者に浸透させるため、受け入れ家庭、行政、大学、企業等を集め、参加者が自身の経験を通じて考えたこと等を発表する場を設けること。
- ・子育て体験について、少なくとも最低3回は実施すること。

② 対象者

- ・対象は、長野県内の大学生、短大生、専門学校生等とし、普段保育等に馴染みのない学生を中心に募集すること。

③ 方法

- ・参加者が、子どもを生み育てることや家族を持つことに対する具体的なイメージを持てることができるようにするため、子どもと触れ合う体験を組み込むこと。
- ・受け入れ家庭の募集から参加者の報告会開催まで、全て委託事業者にて実施すること。
- ・受け入れ家庭の募集にあたっては、地域の子育て支援施設等とも連携をするなど、確実な実施ができるよう工夫すること。
- ・実施に当たっては、事前に参加者側に家庭訪問に当たっての注意事項を周知するなどして、受け入れ家庭及び参加者間でトラブルが生じないよう調整を行うこと。
- ・子育て家庭訪問は1日を基本とし、家庭訪問の前後には、子どもとの触れ合い方を学んだり実施後のまとめを行う座学の時間を設けること。

(5) 大学生等向けセミナー（乳幼児触れ合い体験、子育て体験含む）の実施後の取りまとめ

- ・参加者に対する大学生等向けセミナーに関するアンケート調査の実施・結果の集約を行うこと。なお、アンケート項目は事業実績等の指標となるため、必ず委託者と協議すること。
- ・アンケートについては紙媒体の配布に限らず、ウェブによる実施等も含めて、参加者がより回答しやすい方法を委託者と調整すること。

(6) その他

- ・大学生等向けセミナー（乳幼児触れ合い体験、子育て体験含む）の実施に当たって生じる費用は、全て委託料に含むものとする。

2 県内の若手社会人等を対象としたライフデザインセミナー（以下「若手社会人等向けセミナー」という。）の企画及び実施

(1) 企業等との事前調整

- ・県内の企業200社以上に働きかけることにより、年間計25回程度実施すること。なお、企業規模によっては商工会議所等で合同開催する等、より多くの企業が受講できるよう工夫すること。
- ・事前調整状況については、実施状況と合わせて毎週報告すること。

(2) 講義形式によるセミナーの実施

① 内容

- ・若者自身の人生の選択肢として、学ぶことや働くことと合わせて、結婚や子どもをもつことについて向き合う機会と、その際に参考となる知識や多様なロールモデルを提供し、自分が人生に何を望んでいるかを自分らしく俯瞰的に考え、この先どういったことがハードルになるのかということに気付く機会をもたらしものとする。
- ・結婚や子育てに対する不安を払拭し、「結婚してよかった」「家族をつくるのが楽しみ」といったポジティブな意識を醸成するものとする。なお、あくまで結婚や子育てをするかどうかの選択は自由であり、価値観を強要するものでないことには留意すること。
- ・プレコンセプションケアを含めた妊娠・出産に関する医学的知識、仕事との両立の考え方、結婚・子育てに対する費用感等トータルでライフデザインを考える機会を提供すること。(別紙参照)
- ・「働くことと暮らすことの両立がキャリアアップにつながる」といった視点を踏まえ、様々な切り口から多様な選択肢があることを伝える工夫をすること。

② 対象者

- ・対象は、長野県内の10代から30代までの若手社会人とする。

③ 方法

- ・若手社会人等向けセミナーは各回90分以上、定員30名を基本とし、日程及び会場については、実施企業等と調整すること。また、企業規模によっては商工会議所等とも協働し、複数社合同で開催すること。
 - ・参加者が互いに語り学び合うことを目的とした内容を組み入れること。ただし、参加者の属性等により実施が困難な場合は、委託者に予め協議すること。
- (例) ライフデザインシートの作成を行うワークショップ等
- ・ライフデザインを考えるための具体的なロールモデルから、自身の経験について話してもらう時間を設け、参加者が自分の家族以外の多様なライフキャリアに接する機会を作ること。
 - ・ロールモデルは選定理由等具体的に提案すること。
 - ・若手社会人等向けセミナーの参加費は無料とすること。

(3) 若手社会人等向けセミナーの実施後の取りまとめ

- ・参加者に対する若手社会人等向けセミナーに関するアンケート調査の実施・結果の集約を行うこと。なお、アンケート項目は事業実績等の指標となるため、必ず委託者と協議すること。
- ・アンケートについては紙媒体の配布に限らず、ウェブによる実施等も含めて、参加者がより回答しやすい方法を委託者と調整すること。

(4) その他

- ・若手社会人等向けセミナーの実施に当たって生じる費用は、全て委託料に含むものとする。

3 経営者等向けライフデザイン啓発セミナーの企画及び実施

(1) 企業等との事前調整

- ・県内の企業200社以上に働きかけることにより、各圏域で1回ずつ、年間計4回程度実施すること。開催に当たっては、商工会議所等で合同開催する等、より多くの企業が受講で

きるよう工夫すること。なお、「2 若手社会人等向けライフデザインセミナー」の企業等との事前調整と同時に行うことも可能とするが、ライフデザインセミナーを受講することに前向きでない企業に対し、積極的に参加するよう働きかけるものとする。

(2) 講義形式によるセミナーの実施

① 内容

- ・ライフデザイン支援が企業経営に対してポジティブな影響を与えるという視点を踏まえた情報提供を行い、企業が自主的にライフデザイン支援に取り組む意欲を高めるものとする。
- ・若手社会人等向けセミナーの実施に繋がる内容とすること。

② 対象者

- ・対象は、長野県内の企業経営者、管理職、人事担当者等とする。

③ 方法

- ・経営者等向けライフデザイン啓発セミナーは各回 60 分～90 分程度、定員 50 名を基本とし、日程及び会場については、実施企業等と調整すること。また、企業規模によっては商工会議所等とも協働し、複数社合同で開催すること。
- ・参加者が互いに語り学び合うことを目的とした内容を組み入れること。
(例) ライフデザイン支援に実際に取り組む企業と事例を共有するワークショップ等
- ・経営者等向けライフデザイン啓発セミナーの参加費は無料とすること。

(3) 経営者等向けライフデザイン啓発セミナーの実施後の取りまとめ

- ・参加者に対する経営者等向けライフデザイン啓発セミナーに関するアンケート調査の実施・結果の集約を行うこと。なお、アンケート項目は事業実績等の指標となるため、必ず委託者と協議すること。
- ・アンケートについては紙媒体の配布に限らず、ウェブによる実施等も含めて、参加者がより回答しやすい方法を委託者と調整すること。

4 長野県結婚・出産・子育て応援サイト「チアフルながの」による情報発信

(1) 業務の概要

- ・本事業の目的を広く波及させるため、長野結婚・出産・子育て応援サイト「チアフルながの」(以下、「チアフルながの」という。)掲載コンテンツを作成すること。

【参考】チアフルながのURL <https://www.cheerful-nagano.com/marriage/life-design/>

(2) ライフデザイン啓発動画 (CM) 及びセミナー動画の制作及び掲載

① 内容

- ・ライフデザイン啓発の動画 (CM) は、ライフデザインの必要性を社会全体に浸透させ、支援の気運を高めるようなものとする。制作後は「チアフルながの」に掲載する他、テレビ CM にて発信を行うこと。
- ・セミナー動画は、動画視聴によりこども家庭庁の結婚・妊娠・子育ての相談機会提供・支援プログラムの受給要件を満たせるものとする。なお、若手社会人向けセミナー等の撮影による動画は認めない。

② 対象者

啓発動画 (CM) : 長野県内の幅広い世代

セミナー動画：長野県内の 10 代から 30 代を主な対象とするが、他の閲覧・視聴を制限するものではない。

③ 形式

- ・啓発動画は 30 秒程度、セミナー動画は 30 分程度とすること。
- ・m p 4 形式で納品すること。

(3) SNS 等による広報

- ・チアフルながのを広く県民に周知し、結婚、出産、子育てにかかわる多くの方に支援情報等を届けることを目的に広報等を実施すること。また、若者自らが結婚や家庭、子育て等を含めたトータルの人生設計について考える機会を提供し前向きな意識醸成を図るため、結婚、出産、子育て支援に関する総合的な情報を発信すること。

※本業務における SNS として想定しているものは以下のとおり。なお、それ以外の媒体で実施することを妨げるものではないが、ドメイン等の取得に当たって必要な費用は委託料に含むものとする。また、新たな媒体を使用する場合は事前に委託者と協議すること。

(想定する SNS) Instagram、X (旧 Twitter)、Facebook、LINE

① SNS 広告

- ・2 種類以上の媒体で SNS 広告を実施すること。なお、実施に当たっては委託者のアカウントを使用するものとする。
- ・受託者は必要なレイアウト修正・校正作業について委託者に確認し対応すること。
- ・提案する手法に係る測定可能な効果指標（リーチ数・クリック数等）とその達成目標を設定すること。
- ・最低 2 か月程度の期間は情報発信を実施（ウェブ広告であれば出稿）すること。
- ・ウェブ広告を用いる場合には「ブランドセーフティ」「ビューアビリティ」等の広告価値毀損の課題について、必要な対策を講じること。特に、委託者及びチアフルながのの信用失墜・ブランド毀損となる場所への広告掲載は必ず避けること。

② インフルエンサーによる広報

- ・登録者数が 1 万人以上のインフルエンサーを起用し、インフルエンサー自身のチャンネルやアカウントを通じて情報発信を行うこと。
- ・一月あたりの投稿数は 3 回を目安とし、期間は 3 か月以上とする。
- ・情報発信のために動画や写真を撮影する場合、法令等に基づく撮影許可申請や映像に登場する施設や人物等についての撮影許諾等は、受託者の責任で行うこと。
- ・制作した動画や写真等内の肖像や画像、動画、BGM 等は、SNS や WEB サイトに掲載しても問題がないものにする。
- ・投稿に当たっては、景品表示法等の関係法令や各種プラットフォームの規定を遵守すること。
- ・投稿前には内容を受託者側へ提出し、誤りや誤解を招く表現が無いか、特定の価値観を押し付けたりプレッシャーを与える内容となっていないか等を確認すること。
- ・制作した動画や写真等は、「チアフルながの」や県公式 SNS 等に掲載することがあるため、委託者にデータを提供すること。
- ・投稿後、委託者の承諾なく削除したり、一般の閲覧ができない状態に変更したりしないこと。なお、委託者が削除を指示した場合は速やかに削除することとする。

(4) ライフデザインに関するコラム（以下、「ライフデザインコラム」という。）の制作及び掲載

- ・若者自らが結婚・出産・子育て等のライフデザインを思い描き、各々の希望する結婚・

子育てに対して前向きな気持ちを持てるよう、コラム記事を作成し掲載すること。

- ・ライフデザインコラムの内容は、結婚や子育てなどのライフイベントを中心に据えつつ、トータルでライフデザインを考えることのできるものとする。
- ・ライフデザインコラムのメインターゲットは20代～30代の若者とする。
- ・ライフデザインコラムの文字数は1,000～1,500字程度とする。
- ・ライフデザインコラム掲載は年間12本以上とする。概ね毎月1本以上の掲載をすることが望ましい。

5 独自提案

本事業を効果的なものとするため、独自の取組を提案、実施すること。

第6 成果品

- 1 実施した大学生等向け及び若手社会人等向けセミナー、子育て家庭における子育て体験、乳幼児触れ合い体験、経営者等向けライフデザイン啓発セミナーの開催日程・会場、参加者数、セミナー内容、配布資料（レジュメ）、広報方法等をまとめた報告書
- 2 大学生等向けセミナー及び経営者等向けライフデザインセミナー事前調整結果をまとめた報告書
- 3 webコンテンツ作成の経過等をまとめた報告書
- 4 大学生等向け及び若手社会人等向けセミナー、子育て家庭における子育て体験、乳幼児触れ合い体験、経営者等向けライフデザイン啓発セミナー参加者のアンケート集計結果（日程ごと及び全体をまとめたもの）
- 5 webコンテンツデータ（委託者と協議したうえで定めた形式による）
- 6 周知用チラシデータ（参加者募集に必要な時期に納品）
- 7 業務の実施に要した経費の内訳書
- 8 その他、成果品として認められるもの

第7 委託期間

契約日から令和9年2月26日まで

第8 スケジュール

業務実施に関する概ねのスケジュールは以下のとおり。受託者は下表及び企画提案に基づき本業務を実施すること。

時期（目安）	内容
令和8年4月～ （契約締結後）	各セミナー実施準備（委託者・実施会場との打ち合わせ等）、セミナー実施
～令和9年2月下旬	成果品の納品（各セミナー実施報告書、webコンテンツデータ等）
～令和9年2月26日	業務完了報告書の提出

第9 業務目標

各セミナー、乳幼児触れ合い体験、子育て体験参加者満足度 80%以上
人生設計（ライフプラン）について考えるきっかけとなった参加者の割合 90%以上
チャフルながの内ライフデザインページPV（閲覧）数 20,000件／年以上

第10 契約の変更

契約の変更については、委託者と受託者の協議により定めるものとする。

第 11 疑義について

- 1 仕様書に記載のない事項や業務内容の変更等の疑義が生じた場合は、委託者と受託者が協議して定める。
- 2 委託料又は履行期間を変更する必要があるときは、書面によりこれを定めるものとする。

第 12 その他留意事項

- 1 本業務の実施にあたっては、必要な関係法令を遵守すること。
- 2 本業務の実施に際し、第三者が著作権を有するものを使用したことで問題が生じたときは、県に不利益が生じないように受託者の責任において処理すること。
- 3 使用する画像、デザイン、表現等に関して他者の著作権を侵害する行為に十分に配慮し、これを行わないこと。
- 4 業務上知り得た個人の秘密は、第三者に漏らしてはならない。この項については契約期間の終了後または解除後も同様とする。
- 5 成果物（業務の過程で得られた記録等を含む。）を県の許可なく第三者に閲覧、複写、貸与または譲渡してはならない。
- 6 本業務の実施のために県が提供した資料、データ等は本業務以外の目的で使用してはならない。
- 7 本業務の実施における個人情報等の取扱いについては、個人情報の保護の重要性を十分認識し、個人の権利利益を侵害することのないよう必要な措置を講じること。
- 8 成果物等に関する著作権は、長野県に帰属するものとし、県が行う他の媒体等での活用を妨げないものとする。
- 9 受託者は、本業務の実施にあたり、本仕様書に記載のない事項または疑義が発生した場合は、速やかに県と協議を行い、業務を実施すること。
- 10 業務に必要な経費は受託者側で負担すること。
- 11 その他、本業務の効果的な実施のために必要な事項については、県と協議の上、定めること。

(別紙)

プレコンセプションケアに関するセミナーの 具体的内容について

若者が正しい知識を得た上で、妊娠・出産を含めた将来設計をすることができるよう、妊孕性や不妊予防に関する健康教育の要素がふくまれることが望まれる。

そこで、セミナーの内容を作成するにあたっては、以下の要素を踏まえること。

1 セミナーの内容について

- ・子どもを産み育てるよろこび
- ・妊娠・出産を取り巻く状況
- ・生殖のしくみと妊娠・出産に適した年齢（妊孕性）
- ・からだのチェックと健康づくり（運動、食事、睡眠等の健康管理）
- ・保健福祉制度、支援制度、相談窓口
- ・妊娠・出産を含めたライフデザイン（各ライフステージに応じた健康、更年期等）
- ・その他必要な事項

2 参考

- ・こども家庭庁 はじめよう プレコンセプションケア
<https://precon.cfa.go.jp/>
- ・奈良県 ライフデザイン動画（中高生向け）
<https://www.pref.nara.jp/68132.htm>