令和７年度デジタル広告を用いた戦略的広報業務委託基本仕様書

１ 業務名

令和７年度デジタル広告を用いた戦略的広報業務

２ 委託期間

契約締結の日から令和８年３月３１日まで

３ 業務の目的

社会全体の傾向として、全世代を通して従来型のメディアの平均利用時間は減少傾向にあり、他方で、ＳＮＳを中心としたインターネットの平均利用時間は増加している状況にある。また、インターネットの利用者は、住所、年齢、性別、趣味といった基本的な属性を設定しているなどの特徴があり、従来型のメディアに比べ訴求対象を絞った戦略的な広報が可能である。

これらのことから、県の施策や取組みをより効果的に発信するため、デジタル広告を用いた戦略的広報（以下、「デジタルプロモーション」という。）を展開するとともに、県職員がデジタルプロモーションに対する理解を深めることが求められる。

４ 業務内容

受託者は次の業務を行う。

なお、広告のテーマ（内容）については、県が別途指定するものとする。

また、テーマ数は全体で１０程度とし、広告媒体に支払う広告費（管理運用費を除く）の総額は７００万円以上（税込）とする。

（１）県公式のGoogle 広告用MCC（マイクライアントセンター）の運用

デジタルプロモーションの実施に当たっては、Google アナリティクスで利用されるcookie 等を活用したターゲティングを行う。そのため、県公式のGoogle広告用MCCを運用し、県が指定する広告アカウント等との連携や、大分県ホームページ（「pref.oita.jp/」のドメインを有するWeb ページ）への訪問者に対するリターゲティングの設定等、デジタルプロモーションの効果的かつ円滑な実施に必要な処理・助言を行うこと。

（２）デジタルプロモーションの実施

ア 広告の製作

県（広報広聴課及び各テーマの事業担当課）と受託者において、テーマの概要共有や　目標設定について協議したうえで、目標に応じた効果的なターゲティング、広告媒体（X、Facebook、Instagram、LINE、YouTube、GDN、YDN 等）、広告費、フリークエンシーキャップ等の提案を行い、それらに適した広告を製作のうえ、県の承認を得ること。

さらに、ターゲティングの提案に当たっては、Google アナリティクスから得られる情報を効果的に活用すること（例：過去半年間における県観光サイトへの訪問者や、広告バナーをクリックしてランディングページに訪問した人をターゲティングする等）。

イ ＫＰＩ及びコンバージョンの設定と計測

県、受託者で協議のうえ、テーマごとに目標（ＫＰＩ及びコンバージョン）を定め、ランディングページや下層ページ等へ必要なタグの埋め込み、Google アナリティクス上でのイベントトラッキングの設定（Google アナリティクスの編集権限は県が付与する前提とする）等、目標の計測に係る処理・助言を行うこと。

なお、コンバージョンは１テーマにつき原則１つとするが、その計測に必要となるタグの埋め込みやイベントトラッキングの設定は複数ページ（ランディングページやその下層ページ等）にわたる可能性がある。

ウ 広告の出稿及び運用

（a）「ア 広告の製作」に基づき広告を出稿し、出稿した広告媒体へ広告費を支払うこと。

（b）広告媒体や年齢、性別ごとの表示回数、クリック数、クリック率、表示単価、　　　　クリック単価、フリークエンシー、コンバージョン等の閲覧・行動情報をモニタリ　　　ングし、広告出稿開始から一週間後に閲覧情報を集計・分析した中間レポートを県　　　に提供すること。

（c）出稿した広告に関して、運用状況を適宜確認・管理し、リーチ数やクリック率などの成果が良くない場合は、出稿期間中であっても、ターゲティングの変更などを県に提案し、変更や再出稿の作業などを行うこと。

（d）出稿に必要となる広告用アカウントは、原則、受託者で用意することとする。な　　　お、県が保有するアカウントの使用をさまたげないものとする。

エ リターゲティングリストの作成

テーマごとに、次回以降の出稿に活用できるような効果的なリターケティングリスト　を県と協議のうえ設定し、令和８年度以降も活用できる状態にしておくこと。

オ 効果測定レポート

広告出稿期間終了後、１４日以内に閲覧情報を集計・分析し、今後の改善点や総合的　な評価を盛り込んだ効果測定レポートを作成し、県に提出すること。

（３）デジタルプロモーション前後におけるＰＤＣＡフォロー

デジタルプロモーションを実施する１０程度のテーマ事業担当課と広告配信前に打ち合わせを行い、（上記４（２）イ）における目標の設定、及び検証プロセスにおいてGoogle アナリティクスを用いて事業担当課自ら分析できるようサポートを行うこと。また、効果測定レポートの報告にあわせて、Googleアナリティクスの操作方法についても、各テーマの事業担当課同席の上で、対面で分かりやすく説明を行うこと。（必要に応じてオンライン可）

＜１テーマあたりのスケジュール展開イメージ＞



（４）GA4セミナーの開催

各テーマ事業担当者がGoogle アナリティクスを用いた分析ができるよう、Googleアナリティクスの基本概要・操作方法・タグ埋め込みのポイント等についての研修をオンライン環境の整う施設にて対面で行うこと（委託事業者へタグ設定の依頼ができ、内容を理解し、自ら簡易的な分析を可能とする水準を求める）。

開催にあたっては１日１回２時間程度の講義を２日間開催することを想定し、各回は初級者向け（基本概要中心）、中級者向け（実際の担当事業ページを用いた解説を行う）など県と相談のうえ、受講者の経験値に合わせて柔軟に対応すること。

５ 成果品の納品

（１）内容

ア 広告の画像を含め、出稿内容が確認できるもの

イ 効果測定レポート（上記４（２）オの写し）

（２）提出媒体

紙媒体及び電子データ１部

（３）提出時期

広告出稿期間終了後速やかに

６ 著作権

（１）本件委託の履行に伴い発生する成果物に対する著作権（著作権法第２７条及び２８条の権利を含む。）は、全て県に帰属するものとする。

（２）受託者は本件履行に伴い発生する成果物について、県に対して著作者人格権を行使しない。

（３）受託者は、業務の実施に当たり第三者が権利を有する著作物（映像・写真・音楽等）を使用する場合、著作権、肖像権等に厳重な注意を払い、当該著作物の使用に関して費用の負担を含む一切の手続きを行うものとする。

（４）受託者は、本業務に関し、第三者との間で著作権に係る権利侵害の紛争等が生じた場合には、当該紛争等の原因が専ら県の責に帰す場合を除き、自らの責任と負担において一切の処理を行うものとする。

７ 受託者の責務

（１）秘密の保持や個人情報の保護等を行う義務がある。

（２）県の承諾なしに、契約により生ずる権利を第三者に譲渡し、又は、義務を第三者へ引き受けさせることはできない。

（３）県の承諾なしに業務の処理を第三者に委託し、又は請け負わせることはできない。

（４）業務の処理に関し発生した損害（第三者に及ぼした損害を含む）のために

　　必要となった経費は受託者が負担する。

（５）関係法令を遵守し業務にあたること。

８ その他

本仕様書に定めのない事項又は仕様について疑義が生じた場合は、適宜協議の上、解決することとする。