

消防団デジタル PR 事業委託業務仕様書

1 業務名

消防団デジタル PR 事業委託業務

2 業務の目的

消防団へ入団可能な年齢になる高校生に、SNS 広告を通じて、消防団への興味・関心の喚起を図り、入団を促すため。

3 委託期間

契約締結の日から令和 8 年 2 月 9 日まで

4 委託業務の内容

SNS 広告の配信

消防保安室が所有する 6 秒動画、30 秒動画を用いて、消防団へ入団可能な年齢になる高校生等、次世代の地域防災の担い手として期待される層をターゲットに、消防団への興味・関心を喚起するよう SNS 広告を配信すること。

(1) 配信期間

- ・令和 7 年 1 月 1 日から令和 8 年 1 月 31 日まで

(2) 配信する広告の種別及び回数

- ・YouTube 広告及び Instagram 広告を配信すること。なお、広告配信に必要なアカウントの設定については、必要に応じて県と協議すること。

(3) 表示回数

- ・YouTube 広告：125 万回以上
- ・Instagram 広告：130 万回以上

(4) 配信ターゲット

- ・本業務におけるターゲットの考え方は以下のとおりとする。

地 域：大分県内

性 別：問わない

年 代：18～24 歳

興味関心：防災、ボランティア活動、地域活性化等

(5) 効果測定

- ・本業務により配信する広告のインプレッション数、クリック数、クリック率を閲覧者の属性（地域、性別、年代や興味関心等）ごとに適宜分析し、広告の配信開始後、1 月に 1 回以上月次報告書としてとりまとめを行い、県に報告すること。
- ・その他、別紙「デジタルプロモーション実施時における留意事項」に従うこと。

5 業務の進め方

- (1) 受託者は業務計画書を作成し、県の承認を得て業務を実施すること。
- (2) 受託者は、県から業務の進捗状況を把握するために資料等を要求された場合は、速や

かに提出すること。

(3) 事業完了後は速やかに事業報告書を作成・提出すること。

6 提出物

(1) 事業報告書（広告配信効果分析結果を含む（クリエイティブ別））

7 その他

本仕様書に定めのない事項及び本仕様書に定める内容について疑義が生じた場合は、県と受託者が協議の上決定することとする。なお、本仕様書に明示のない事項であっても、社会通念上当然に必要なと思われるものについては本業務に含まれるものとする。

I 本業務に伴い開設するランディングページ等のウェブサイトに関する事項

1 Google Analytics のアカウント管理に関する業務

- (1) 本業務に伴い開設するランディングページ等のウェブサイト（以下、「本業務関連ウェブサイト」という。）には、「本業務用 Google Analytics (Google Analytics 4 プロパティとする。）」、「Google Search Console」の導入を必須とする。
- (2) 「本業務用 Google Analytics」上で、本施策における目標・イベント設定等を行うこと。また、最終レポートには、結果の分析・改善策を必ず記載すること。
- (3) Google Analytics 等、各種アカウントの作成時には、内容について大分県の承認を得ること。また、本業務において作成したアカウントについては、事業完了後に一切の権利を大分県に譲渡すること。
- (4) プライバシー保護への配慮の観点から、本業務関連ウェブサイトには、取得するユーザーデータ等に適したプライバシーポリシーを作成し、公開すること。

2 大分県 Google タグマネージャーによるタグ活用・コンテナ管理に関する業務

- (1) 本業務関連ウェブサイトには、各種計測タグ、リマーケティングなどの施策に関わるタグを導入する際は、大分県が別途指定する「大分県 Google タグマネージャー」を活用し、本業務用のコンテナ内でその管理を行うこと。
- (2) 受託者は、施策におけるタグ活用が確実に行われるよう、「大分県 Google タグマネージャー」でのタグ、トリガーアクションの設定及びタグの発火テストを実施し、その内容を大分県に報告すること。
- (3) 各種設定には、内容について大分県の承認を得ること。また、「大分県 Google タグマネージャー」での設定については、事業完了後に一切の権利を大分県に譲渡すること。

II ウェブ広告の実施に関する事項

1 適正なデジタルプロモーションの実施

- (1) 「本業務用 Google Analytics」で施策効果を取得するため、大分県が別途指定するルールに基づき、各広告媒体タグのパラメータを設定及びデータの蓄積を行うこと。
- (2) 本業務に関連するウェブサイトには、同ウェブサイト内に大分県が指定するリマーケティングタグを設定し、訪問者データを蓄積すること。なお、タグの設定は、原則として「大分県 Google タグマネージャー」のコンテナ内で行うこと。
- (3) 広告運用開始後一週間以内に、本業務において取得すべきデータが取得できていることを確認し、大分県へ報告すること。

2 Google 広告を利用する場合

- (1) 大分県公式の MCC（マイクロライアントセンター）及び「本業務用 Google Analytics」とリンクすること。
- (2) 大分県が今後もデジタルプロモーションを行うことを鑑み、Google 広告アカウント及び「本業務用 Google Analytics」それぞれで、効果的と考えられるオーディエンスリストを設定し、大分県公式の MCC と共有すること。
- (3) Google が提供する無料調査（「ブランドリフト効果測定」等）が利用できる場合には、大分県とその調査項目等を協議の上、必要に応じて調査を実施すること。

3 SNS 広告を利用する場合（Facebook、Instagram、Twitter、TikTok、LINE 等）

- (1) 大分県公式 SNS のビジネスマネージャーや大分県が別途指定する SNS ページに広告アカウントをリンクすること。または、SNS 広告の運用状況の確認が出来るよう、大分県に対してアナリストの権限を付与すること。
- (2) 大分県が今後もデジタルプロモーションを行うことを鑑み、リマーケティングリストやオーディエンスリストの作成が可能である場合には、その設定を行い、大分県公式 SNS のビジネスマネージャーへの共有やアカウント引継ぎなど、事業終了後において大分県が活用可能な状態とすること。
- (3) 効果測定において、SNS プラットフォーム（Facebook、Instagram、Twitter 等）が提供する無料調査（「ブランドリフト効果測定」等）が利用できる場合には、大分県とその調査項目等を協議の上、必要に応じて調査を実施すること。

4 動画制作・動画広告を実施する場合（YouTube 等）

- (1) 動画視聴に関するデータや効果的な広告手法を検討するため、Google 広告を利用する場合は、YouTube チャンネルと Google 広告アカウントをリンクさせること。
- (2) 大分県が今後もデジタルプロモーションを行うことを鑑み、動画視聴者のアクセス情報（動画視聴者リマーケティングリスト等）を蓄積すること。
- (3) YouTube を利用する場合、YouTube チャンネルへの掲載にあたっては、動画タイトル、動画説明文、タグ、カテゴリ、公開範囲及びサムネイル等の必要な設定を行うとともに、効果的な SEO 対策を行うこと。
- (4) 無料調査（「ブランドリフト効果測定」等）が利用できる場合には、大分県とその調査項目等を協議の上、必要に応じて調査を実施すること。

5 その他

- (1) 広告運用に利用する各媒体の規約、プライバシーポリシーを遵守すること。
- (2) 事業実施により取得したデータと受託者が保有する情報を結びつけて、個人情報（個人データ）とならないように留意すること。