

## 令和8年度デジタル広告による県政情報発信業務委託基本仕様書

### 1 業務名

令和8年度デジタル広告による県政情報発信業務

### 2 委託期間

契約締結の日から令和9年3月31日まで

### 3 業務の目的

近年、全世代を通して従来型メディアの平均利用時間は減少傾向にあり、デジタル媒体の平均利用時間が増加傾向にある。また、デジタル媒体の利用者には、住所、年齢、性別、趣味といった基本的な情報が紐づけられており、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、デジタル広告による情報発信（以下、「デジタルプロモーション」という。）を幅広く展開する。

### 4 業務内容

受託者は次の業務を行う。

#### (1) デジタルプロモーションの実施

別紙「年間計画案」に基づいて各事業のデジタル広告を実施すること。

なお、計画案については業務期間中に変更する可能性があり、変更内容については都度協議を行うものとする。

また、広告媒体に支払う広告費（管理運用費を除く）の総額は委託額の7割以上（税込）とする。

#### ア 事前打合

各テーマについて、県（広報広聴課及び各テーマの事業担当課）と配信の約1か月前に、30分程度の打ち合わせを行い、テーマ概要や事業目標について共有・協議を行うこと。

その際、デジタル広告実施に際しての目標（KPI及びコンバージョン）について、提案するとともに、必要に応じて各種計測ツール（Googleアナリティクス等）を用いた事業改善案等も示すこと。なお、県から追加で計測を指示する場合もある。

また、打ち合わせを円滑に進行するため、各所属が事前を記載・送付したヒアリングシートを基に行う。

※ヒアリングシートについては後述（4）に記載

## イ 広告の提案

「ア 事前打合」後、事業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。

なお、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）。

また、クリエイティブについては2パターン以上作成することとし、効果測定を行うものとする。

## ウ K P I 及びコンバージョンの設定・計測

「ア 事前打合」において決定した目標（K P I 及びコンバージョン）を計測するため、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、Microsoftクラリティのヒートマップ機能の活用等、目標の計測に係る処理を行うこと。

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。

※「pref.oita.jp/」のドメイン及びサブドメインを有するWebページにかかるGoogleアナリティクス、Microsoftクラリティの編集権限は県が付与する

## エ 広告の出稿及び運用

### (a) 広告費の支払い

「イ 広告の提案」で承認を受け出稿した広告媒体へ広告費を支払うこと。

### (b) 中間レポート

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提出すること。

### (c) 配信設定の変更等

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) 広告アカウントについて

出稿に必要な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。

## オ 配信終了後

## (a) 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。

## (b) 報告会の実施

別紙「年間計画案」のうち、グループAのテーマについては、効果測定レポートの内容説明及び質疑応答を行う報告会を行うこと。

なお、報告会は効果測定レポート提出後に日程調整して行うものとする。

## (c) 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ゲティングリストを県と協議のうえ設定し、令和9年度以降も活用できる状態にしておくこと。

<1テーマあたりのスケジュール展開イメージ> ※打合せ等オンライン可

	基準日-4W	基準日-2W	基準日	基準日+1W	終了日	終了日 +2~4W
ヒアリングシート 提出	事前打合	広告提案	広告配信	中間 レポート	配信終了	レポート提出 (報告会)

## (2) 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/」のドメイン及びサブドメインを有する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。

## (3) 広告内製化の取組への協力

グループCのテーマについては、配信する一部または全ての広報媒体について、県が配信設定を行う可能性がある（想定している媒体：Google広告、Meta広告）

県による配信設定は上記「(1) ア 事前打合」の後に受託者と協議の上決定する。

なお、県が配信設定を行う場合においても、計測等が必要な場合のWEBサイトへのタグ設置等は受託者が行い、配信成果や計測結果もレポートに反映させること。

また、媒体費の支払いについても委託事業者が代行して行うこととする。

（この際、各媒体の広告アカウントは県のアカウントとする）

(4) ヒアリングシートについて

複数所属との打合せ等を円滑に進め、事前打合を効率的に実施するために、広告提案や分析等の検討に必要な情報を事前に記載するヒアリングシートを作成すること。

- ・ヒアリングシートはデジタル広告等に精通していない職員でも簡易に作成できるよう、専門用語等は必要最低限にするなど工夫すること。
- ・シートは10～15分程度で作成できるよう、項目数等を工夫すること
- ・シートを基に行う事前打合が30分程度で完結できるよう、内容を工夫すること
- ・事前打合せまでに必要な準備や、打合せ後に必要となるものがある場合は、例示して案内するなど、デジタル広告の円滑な出稿のために記載内容を工夫すること。
- ・回答方法やシートの形式は任意とする（ワード、エクセル、フォームでの回答 等）
- ・フォームでの回答の場合は、広報広聴課職員も記載状況を確認できるようにすること
- ・シートの事前提出時期は受託者との協議の上決定する

5 成果品の納品

(1) 内容

ア 広告の画像や動画等を含め、出稿内容が確認できるもの

イ 効果測定レポート（上記4（1）オ（a））

ウ ヒアリングシート（上記4（4））

(2) 提出媒体

電子データ1式

(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。