

令和4年度姫島ITアイランドを活用したワーケーション促進実証事業における  
告知業務に関する仕様書

1 目的

本事業は、県と姫島村と連携し、村内にIT企業・人材を呼び込み、新たな雇用の場と活力の創造を目指し、IoT等の先端技術による地域課題解決を目指す「姫島ITアイランド構想」において、島外からIT関連企業や人材を呼び込むため、コロナ禍におけるテレワークの拡大や、ワーケーションなどの観光需要の拡大といった近年の状況を踏まえて、自動車に乗って、好きな観光地で、好きな時間に働くことができる、新しい働き方や旅のかたちの有効性を実証することを目的にしている。

ついては、IT関連人材に対し本事業のプロモーションを行い、実証事業への参加を促すことを目的に、本業務を行うものである。

2 委託期間

契約締結の日から令和\*年\*\*月\*\*日まで（事業終了時期は要協議）

3 委託業務の内容

以下により、デジタルマーケティングの手法によるプロモーションを実施する。

(1) 本業務のターゲット等の設定、見直しの提案

(ターゲットの考え方（大分県初期仮説）)

・本業務におけるターゲットの考え方は下記表に示すとおりとする。

地域	日本国内全域とする
性別	性別は問わない
年代	20歳代から40歳代を想定とする
興味関心	IT関連、ワーケーション、旅行等に関心が高い 新しいアクティビティへの感度が高い
職業	IT関連人材（IT企業に勤める人やフリーランスのITエンジニア等）

(ターゲットに起こしてもらいたい行動変容)

・本業務において、ターゲットに起こしてもらいたい行動変容は下記表に示すとおりとする。

行動変容	<p>1 姫島村のモビリティを活用したワーケーションに関心を持ち、実証事業に参加してもらいたい</p> <p>2 姫島村のモビリティを活用したワーケーション事業の情報についてリツイートなど好意的な印象を持ってもらいたい。</p> <p>3 姫島村のモビリティを活用したワーケーション事業の情報拡散を行ってもらいたい。</p>
------	--

(ターゲット見直しの提案)

- ・ターゲットに対して広告を配信した結果、想定とは異なるエリア、年齢等をターゲットとすることが本業務の目的を達成するためにより効果的であると判断できるデータの蓄積があった場合は、その根拠とともに県に対して助言及び提案を行い、ターゲットの見直しについて協議するものとする。

(2) 目標の設定

- ・本業務の目標項目、目標値は以下のとおりであるが、本業務の目的を達成するうえで、より最適な目標項目等があれば提案すること。

(目標項目等)

目標項目	ワーケーション実証事業への応募
目標値	2回の実証事業について、各10人の応募

- ・上記の目標値を達成するため、広告効果を判断するための指標等を定め、効果的な運用に努めること。

(3) 受託者による広告運用計画の作成

- ・次に掲げる事項を盛り込んだ「広告運用計画」を作成し、契約締結後速やかに県に提出し、説明のうえ、承認を得ること。

【広告運用計画に盛り込むべき事項】

(ア) 本業務を通じたカスタマージャーニー

本業務におけるターゲットを元に本業務を通じたカスタマージャーニーを設定する。

(イ) 事業期間を通じた広告の運用方針

カスタマージャーニーに基づき、以下を設定する。

- A) 広告手法 (デジタル広告、アナログ広告等)
- B) 掲出プラットフォーム (Google、Facebook、新聞等)
- C) 各広告 (ディスプレイ広告、検索連動型広告、動画広告等)
- D) 各広告 (上記C) の経費配分バランスの方針
- E) 各広告 (上記C) の具体的な運用方法
- F) 運用スケジュール (後述 (5) 参照)

(ウ) 情報発信コンテンツ (広告クリエイティブ) の作成方針 (後述 (4) 参照)

(エ) 広告効果の検証及び運用の見直し方法

(オ) 目標設定 (前述 (2) 参照)

(カ) その他必要な事項

(4) 情報発信コンテンツ (広告クリエイティブ) の制作

- ・ターゲットに対して、起こしてもらいたい行動変容を促す広告クリエイティブを制作すること。

- ・ 広告の配信結果等からターゲットのニーズ等についての検証を行うことを考慮し、その検証に必要となる形で広告クリエイティブを複数制作すること。
- ・ パソコン、スマートフォン、タブレットで閲覧されることを念頭に制作すること。

#### (5) 広告の運用管理

- ・ 業務(4)で制作する広告クリエイティブを用いて、広告運用計画に基づいて、事業効果の最大化を図るよう、デジタル広告を実施すること。その際は、本事業におけるターゲットを想定し、最も効果的だと思われるメディアを選択し、提案すること。また、事業目的達成に向けて、別にランディングページを用意することが効果的な場合は、それを提案すること。
- ・ 広告は、ディスプレイ広告や動画広告等の各手法を用いて、ターゲット層への情報発信を行うこと。手法やその組み合わせ方法等は提案すること。なお、最終的には県との協議の上決定する。
- ・ 広告費用は上記の手法全体で\*\*\*\*\*円以上(広告管理運用費込み)とし、委託金額の中を含むこと。広告期間についても提案すること。(金額は要協議)
- ・ 透明性確保、費用対効果の明確化のため、広告費用のうち、広告媒体原価と管理運用費は分けて見積もること。
- ・ 広告設計については、来年度の事業につなげるために、分析を効果的に行うことができるよう設計し、提案すること。なお、最終的には県との協議の上決定するため、県のリクエストがある場合は、実行すること。

#### (6) 効果測定、改善

- ・ 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、クリック後の行動等を閲覧者の属性(地域、性別、年代や興味関心等)ごとに適宜分析しながら、検索広告、ディスプレイ広告におけるキーワード等設定の見直しについて、県に協議すること。特に、計測開始から2週間経過後、初動の結果報告や今後の対策についての説明を会議等により行うこと。
- ・ 広告の運用状況及びそれに基づく分析結果、運用の見直し方法及び結果等について、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。
- ・ 報告の際、必要に応じて運用の見直し等についての提案を行うこと。なお、提案は理解しやすいものを必須とし、理解が難しいものは再提出を指示する。
- ・ 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。

## 4 成果物及び提出物

### (1) 広告クリエイティブ

- ・ 本業務により制作した広告クリエイティブは、制作完了後、データにて納品すること。なお、本業務により制作した画像の著作権の取扱いは、次のとおりとする。
  - ・ 受託者は、成果物に付与される著作権法(昭和45年法律第48号)第21条から第28条に規定する権利を、第13条第2項の規定による引渡しと同時に甲に無償で譲渡するものとする。

- ・大分県は、著作権法第20条第2項第3号又は第4号に該当しない場合においても、その使用のために、受託者の同意無しに仕様書で指定する成果物を改変し、任意に公表できるものとする。
- ・受託者は、大分県の書面による事前の同意を得なければ、著作権法第18条及び第19条の規定を行使することができない。

(2) 報告書

- ・広告配信の完了後、以下の内容を含んだ報告書を提出すること。
  - (ア)本業務にかかる効果検証分析レポート
  - (イ)本業務の分析結果により、来年度以降のターゲティング案とプロモーション戦略について、改善案と示唆

5 支払方法

委託業務完了後に受託者からの請求に基づいて行う。

6 その他業務実施上の条件

- (1) 受託者は、関係法令を遵守すること。本件に使用する映像、イラスト、写真、その他資料等について、第三者が権利を有するものを使用する場合、第三者との間で発生した著作権その他知的財産権に関する手続や使用権料等の負担と責任は、全て受託者が負うこと。
- (2) 受託者決定から契約締結の間に県と契約内容を詳細に協議すること。
- (3) 本業務において制作するイラスト、写真データ等について、著作権、その他一切の権利は大分県に帰属することとする。
- (4) 受託者は、本業務を行うにあたり、業務上知り得た秘密を他に漏らし、または自己の利益のために利用することはできない。また、委託業務終了後も同様とする。
- (5) 本業務の遂行にあたり、疑義が生じた場合は、県と十分協議すること。

## 別紙

## デジタルプロモーション実施時における留意事項

## 1 Google Analytics のアカウント管理に関する業務

- (1) 当事業に関連するウェブサイトには、「本業務用 Google Analytics」の導入を必須とする。
- (2) 本業務用に導入した「本業務用 Google Analytics」上で、本施策における目標設定を行うこと。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) 各種アカウント作成時には、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。

## 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) 当事業に関連するウェブサイトには、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。

## 3 適正なデジタルプロモーションの実施

- (1) 透明性確保、費用対効果の明確化のため、広告媒体原価と管理運用費は分けて見積もること。
- (2) 「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。
- (3) 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。
- (4) 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。

#### 4 Google 広告を利用する場合

- (1) Google 広告運用を行う際は、大分県公式の MCC (マイクク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) 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リマーケティングリストを設定し、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。

#### 5 SNS 広告を利用する場合

- (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。
- (2) SNS 広告を展開する場合は、大分県に対してアナリストの権限を付与すること。
- (3) ウェブサイト訪問者に対する SNS のリマーケティングの設定を行うこと。

#### 6 動画制作・動画広告を実施する場合

- (1) 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。
- (2) 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。
- (3) 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。

#### 7 その他

- (1) 広告運用に利用する各媒体の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 Cookie 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。