

令和6年度電気自動車の充電環境マナー等発信業務委託仕様書

1 業務名

令和6年度電気自動車の充電環境マナー等発信業務

2 業務の背景・目的

県民に向けて電気自動車の情報を発信するランディングページ（以下「LP」という。）を作成するとともに、電気自動車の新規購入者及び購入希望者をターゲットとしたインターネット広告の配信を行うことにより、電気自動車の普及率の向上及び電気自動車のマナー向上をはじめとする適切な使い方の普及を図る。

3 委託期間

契約締結日～令和7年3月31日

4 経費の上限

4,741,000円以内（消費税及び地方消費税の額を含む。）

※取材経費や打ち合わせ費用など、一切の経費を含む。

5 業務内容（企画提案）

以下の業務を行うこと。ただし、（1）と（2）の業務を一体・連動した企画とすること。

また、広告の効果を高められる場合には、記載されている仕様以上の取組を行うことについては、独自提案として可とする。

（1）LP改修・運用業務

電気自動車の情報発信に係る既存のLP（※URL:<https://ev-okayama.jp/>）を改修し、電気自動車の普及率の向上及び電気自動車のマナー向上をはじめとする適切な使い方の普及を図る。なお、改修したLPの設置場所については、県と協議のうえ決定するものとする。

①基本的な業務内容

- ・（2）で実施するインターネット広告から誘導する既存のLP（1ページ）を改修する
- ・改修内容は、既存サイトの補助金情報及び公共の充電設備に関する情報のリンクのクリック率が低かったこと並びに検索連動型広告の上位キーワードが補助金であったことを踏まえたものとする。
- ・LPはスマートフォン及びPC（タブレット）での表示に適した形式とすること。

- ・一般的なブラウザで支障なく閲覧可能なものとする。
- ・ページアクセスの傾向や分析ができる仕組みにすること。
- ・掲載情報については、厳密に確認及び校正を行い、万一誤りがあった場合は、受託者の責任において訂正すること。
- ・LPを設置するサーバーについては、県と受託者で別途協議のうえ決定する。
- ・次年度以降も継続的に使用できるデザイン又は仕組みとすること。

②LPの運用

- ・LP運用に当たっては、以下の点を遵守すること。
 - ア 不具合が生じた場合を想定し、県と受託者の連絡体制を構築し、すみやかにトラブルの原因を解消すること。
 - イ 本仕様書で改修したLPは、他事業者でも運営保守が行えるようにすること。

③LPに関するデータの収集・分析

- ・広告配信やLPに関する各種データを収集し、分析すること。なお、データ収集に当たっては、LP閲覧者の属性（性別、年代等）やページのアクセス数、滞在時間等の閲覧状況等、当事業において次年度以降にも活用できると思われる多くのデータを収集すること。
- ・昨今のCookie規制の強化に対応するため、パラメータ設定などの計測方法の工夫を行うこと。

(2) インターネット広告の企画・制作・運用業務

電気自動車の情報をターゲット層に対して効果的に周知するため、インターネット広告の配信を行い、(1)で改修したLPに誘導する。

<広告媒体>

- ・広告媒体は以下の広告の中から検討し、目標を達成する上で、効果的な組み合わせを行い配信すること。
 - ① 検索連動型広告 (Google、Yahoo!JAPAN)
 - ② ディスプレイ広告 (Google ディスプレイネットワーク広告 (GDN)、Yahoo! ディスプレイ広告 (YDA)、Facebook 広告、Instagram 広告)
 - ③ 動画広告 (Youtube、LINE、Instagram、Facebook、Twitter)
 - ※カルーセル、レスポンス広告を含む
 - ④ その他、効果的と思われる配信媒体、配信プラットフォーム
- ・配信に当たってアカウントが必要な場合には、受託者が作成するものとする。
- ・広告単価については、県と受託者で別途協議のうえ決定する。
- ・広告媒体毎に広告時期・期間、時間帯を提案すること。
- ・透明性確保のために、県が指定するアカウント権限の付与、岡山県アカウントとのつなぎこみを行うこと。

<広告素材の企画・制作>

- ・選択した広告媒体に掲載する広告素材（広告文、バナー、画像、動画等）を作成すること。
- ・広告素材の作成にあたっては、メインターゲット（電気自動車の新規購入者及び購入希望者）をイメージした上で、広告媒体毎のデザイン案（画像データやテキストデータ）を2案以上提案すること。
- ・作成した素材は、令和6年度中は、県HP、県SNS、県・市町村広報誌、各種広報誌、チラシ、看板等において2次利用することを原則とする。その際には、県が指定したサイズの素材を作成すること。

<広告配信期間>

- ・広告配信期間は令和7年2月28日までとする。
- ・(1)のLP改修・誘導業務も考慮し、委託期間内に最大限の効果を発揮できるよう、広告配信時期については最適な配信スケジュール等を提案すること。

<配信設定>

- ・当事業のターゲット層を踏まえた、効果的かつ効率的な配信設定を行うこととする。

<目標>

- ・KPI、KGIは次のとおりとするが、具体的な数値については、県と協議の上設定すること。

KPI 広告経路による岡山県指定のウェブサイトへの新規アクセス人数

KGI 岡山県の電気自動車等の登録台数

- ・事業の成果を分析するため、受託者においてKPIの取得の設定を行うとともに、事業効果の改善を図ること。
- ・その他、有効な指標で、別途提案するものがあれば、その効果検証方法やKPIを提示すること。
- ・KPIで示した各種値を達成した場合も、予算の限り事業効果の最大化を目指して事業を継続すること。

<効果測定>

- ・事業効果を把握するために必要な効果検証方法を検討のうえ、概要や考え方を踏まえて提案すること。
- ・広告配信状況や、LPのアクセス分析を行い、月次で集計すること。
- ・本業務について、広告の表示回数、LP誘導数、閲覧者の属性（年齢、地域、特性等）等を分析し、状況に応じて広告媒体の変更や絞り込み等、改善策を月次で県と協議のうえ、配信中の広告に反映すること。

<その他>

- ・ 広告実施に当たっては、別紙1「デジタルプロモーション実施時における留意事項」に留意すること。

6 成果品の納品等

- (1) 委託業務が終了したときは、速やかに委託業務完了報告書（別紙様式）を作成し、報告すること。なお、委託業務完了報告書には、次の内容を含むものとする。
 - ・ 事業概要
 - ・ 事業内容及び成果
効果測定結果（詳細レポート及びレポート概要）や改善点等、総評となる内容を記載すること）
 - ・ その他、必要と認める事項※書類及び電子データ（編集可能な形式とすること）
- (2) 委託事業に係る会計関係帳簿等を整備し、委託業務完了後5年間保存すること。

7 精算

- (1) 本業務は、契約時に定めた契約金額を上限としてその範囲内で実施するものとする。
- (2) 見積書や請求書の作成に当たっては、「LP改修費」「広告媒体製作費」「広告配信費」「分析レポート費」を別立てで計上し、積算すること。
なお、各経費の配分割合（目安）は、以下を想定している。
LP改修及び広告媒体製作費：広告配信費：分析レポート費＝2：7：1
- (3) 本業務が終了した時点で、実施経費の精算を行い、岡山県の確認を経た上で額を確定し、経費の請求を行うこと。

8 著作権等

- (1) 受託者が本業務で制作した制作物の著作権及び使用権は、原則として、岡山県に帰属するものとする。
- (2) 著作権・肖像権等に関して、権利者の許諾が必要な場合は、受託者は必要な権利処理を行うものとする。
- (3) 作成したアカウント及びそれらに掲載されているコンテンツは、期間満了後は、県又は県の委託業者が管理運営する場合を鑑み、岡山県に引き継ぐこととする。アカウント情報などは、県の求めに応じて提供すること。

9 秘密保持

- (1) 事業者から県に提出された提案書等は、本業務における契約予定者の選定以外の目的で使用しない。
- (2) 本業務に関して、受託者が県から受領又は閲覧した資料等は、県の了解なく公

表又は使用してはならない。

- (3) 受託者は、本業務で知り得た県及び事業者等の業務上の秘密を保持しなければならない。

10 その他

- (1) 本業務の成果は岡山県に帰属する。
- (2) 岡山県は、受託者に対し、必要に応じ業務の状況について報告を求めることができるものとする。
- (3) 提案に当たっては、実現可能性のある提案とすること。ただし、必ずしも提案の内容を実施するとは限らない。実施に当たっては、県と協議を行い、決定していくものとする。
- (4) 受託者は業務を実施するに当たり、事業を一括して第三者に委託することはできない。ただし、事業を効率的に行ううえで必要と認めるときは、あらかじめ岡山県の承諾を得たうえで、その一部を再委託することができるものとする。また、受託者が他団体と連携して業務を実施する場合は、あらかじめ役割分担等を記載した資料を作成し、岡山県と協議するものとする。
- (5) 予算規模4,741千円に達しないうちに、目標を達成した場合であっても広告の配信を継続し、予算内での広告の効果最大化を図ること。
- (6) 本仕様書に明記されていない事項又は業務上疑義が生じた場合は、岡山県との協議により進めるものとする。

(別紙1)

デジタルプロモーション実施時における留意事項

岡山県脱炭素社会推進課

岡山県と受託者で協議の上、可能な限り以下の業務を行うこと。

1 Google Analytics のアカウント管理に関する業務

- (1) 本業務用に導入した Google Analytics 又は各事業担当課で導入している Google Analytics (以下「本業務用 Google Analytics」という。) 上で、本事業における目標設定を行うこと。また、最終レポートにてその結果について、要因・改善策を必ず記載すること。
- (2) 各種アカウント作成時には、内容について岡山県の承認を得ること。また、本事業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岡山県に譲渡すること。

2 岡山県 Google タグマネージャーの管理に関する業務

- (1) 本事業に関連するウェブサイトには、各種計測タグ、リターゲティングなどの施策に関わるタグを導入する際は、岡山県が別途指定する「岡山県 Google タグマネージャー」を活用し、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、「岡山県 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、その内容を岡山県に報告すること。
- (3) 各種設定には、内容について岡山県の承認を得ること。また、「岡山県 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岡山県に譲渡すること。

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」で事業効果を取得するため、岡山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) 本事業に関連するウェブサイトには、同ウェブサイト内に岡山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「岡山県 Google タグマネージャー」のコンテナ内で行うこと。

4 Google 広告を利用する場合

- (1) Google 広告運用を行う際は、岡山県公式の MCC（マイ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、岡山県公式の 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、岡山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) 岡山県公式 SNS のビジネスマネージャーや岡山県が別途指定する 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、岡山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) 岡山県が今後もデジタルプロモーションを行うことを考慮し、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 を利用する場合は、作成した動画は岡山県が運営する YouTube チャンネルへ掲載を行うこと。なお、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を分析するため、又は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。