

物価高に負けていけない！おかやま県産品販売促進事業に係る 各種広報業務委託仕様書

1 目的

このことについて、国の交付金を活用し、ネット通販事業者が実施するネット販売による需要喚起を通じて、物価高騰等の影響を受けた県産品の販売促進を図るため、物価高に負けていけない！おかやま県産品販売促進事業を実施する。

ついでには、お歳暮等ギフト商品を求める国内消費者をメインターゲットとした新聞及び雑誌への広告掲載、ポスター・チラシ制作、ランディングページ（以下、「LP」という。）、県産品PR動画等を用いたインターネット広告の制作等により、上記事業を効果的にPRするための各種広報業務を委託するにあたり、次のとおり仕様書を定める。

2 業務名

物価高に負けていけない！おかやま県産品販売促進事業に係る各種広報業務

3 委託期間

契約締結日から令和7年3月31日まで

4 経費の上限

3,798,000円（消費税額及び地方消費税の額を含む）

5 業務内容（企画提案）

以下の業務を行うこと。ただし、（1）～（6）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）新聞広告の作成及び掲出

- ・掲載紙 : 1紙 山陽新聞等
- ・掲載サイズ : ① TV面大雑報（フルカラー）横8.0cm×縦11.0cm
② 1面題字下（モノクロ）横6.6cm×縦3.5cm
- ・掲載面 : 山陽新聞：TV面及び1面
- ・掲載回数 : ① 3回
② 2回
- ・掲載時期 : 令和6年10月から令和7年1月（県と調整すること。）

（2）雑誌への記事体広告掲載

- ・掲載紙 : オセラ等
- ・掲載回数 : 2回
- ・掲載時期 : 令和6年10月から令和7年1月（県と調整すること。）
- ・サイズ : 2分の1ページ

(3) ポスター及びチラシの作成

- ・ポスター 100枚（カラー・A2サイズ）作成
- ・チラシ 5,000枚（カラー・A4サイズ・両面）作成

(4) LP制作・運用業務

物価高に負けていられない！おかやま県産品販売促進キャンペーンに係るLPを制作し、購入に向けての意欲を喚起する。なお、制作した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

- ・LP（1ページ）を制作する。
- ・制作に当たっては、購入に向けての意欲を喚起する工夫を行い、効率的に物価高に負けていられない！おかやま県産品販売促進事業費補助金の採択事業者（令和6年8月中旬に5者程度を採択予定。）が運営するECサイト及び（公社）岡山県観光連盟が運営するオンラインショップ等に誘導する工夫をすること。
- ・下層ページの表示に影響を与えないよう配慮すること。
- ・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。（Googleサーチコンソールを活用する、誘導率を測定するため新聞広告等の各媒体にQRコードを付ける等。）
- ・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。

② LP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 本仕様書で制作したLPは、他事業者でも運営保守が行えるようにすること。

② LPに関するデータの収集・分析

- ・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、その他必要と思われるデータなど、可能な限り多くのデータを収集すること。

(5) インターネット広告の企画・制作・運用業務

物価高に負けていられない！おかやま県産品販売促進キャンペーン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、5(4)で制作したLPに誘導する。

<広告媒体>

- ・広告媒体は2種類以上とし、ターゲットへの到達確度の高いメディアを複数組み合わせることを提案すること。

※想定する媒体： 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）

Instagram 広告、LINE 広告、X 広告、Facebook 広告等

- ・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への権限の付与、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（お歳暮等ギフト商品を求める国内消費者）についてのペルソナ、カスタマージャーニーマップをイメージした上でを行い、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・市町村広報紙、各種広報紙等において二次利用することを可とすること。

< 広告配信期間 >

- ・広告配信期間は令和7年1月31日までとする。
※契約期間の満了日は、令和7年3月31日とする。
- ・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。

< 配信対象 >

岡山県内を中心とした国内全域とする。

< 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及びKGI（以下、「KPI等」という。）は次のとおりとするが、具体的な数値については、前年度の結果等も踏まえ、県と協議の上設定すること。
 - KPI① 広告経路による（公社）岡山県観光連盟が運営するオンラインショップアクセス人数
 - KPI② 広告経路による各オンラインショップアクセス人数
 - KGI 広告経路による（公社）岡山県観光連盟が運営するオンラインショップ購入件数
- ・事業の成果を分析するため、受託者においてKPI等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等を提示すること。

<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、クリエイティブ、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」に記載の業務を行うこと。

(6) その他

- ・上記(1)～(5)の他、主に県民向けのPRに効果的なものがあれば、適宜提案すること。

6 盛り込むべき情報

上記5については、基本的に次のキャンペーン情報を盛り込むこと。なお、表記については変更となる可能性があるため、別途協議するものとする。

① キャンペーン名称

物価高に負けていられない！おかやま県産品販売促進キャンペーン

② キャンペーン実施期間

令和6年7月～令和7年1月 ※予算額に達し次第、終了します。

- ・※印以降の表記は小さくすること。

③ キャンペーン実施場所

- ・物価高に負けていられない！おかやま県産品販売促進事業費補助金の採択事業者が運営するECサイトの名称及びURL等、（公社）岡山県観光連盟が運営するオンラインショップの名称及びURL等について、県に確認の上、対応すること。

④ 作成者

岡山県

- ・表記は小さくすること。

7 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。

8 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。5(1)から(3)と、5(4)及び(5)の委託金額の配分割合は4:6を想定している。

(2) 見積書や請求書の作成に当たっては、5(1)から(3)の各項ごと、5(4)及び(5)については、「LP制作費」「広告媒体制作費」「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、5(4)及び(5)の各経費の配分割合は、以下を想定している。

LP制作費：広告媒体制作費：広告配信費：分析レポート費＝1：2：6：1

(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。

9 著作権等

(1) 本業務の完成物については、著作権等の権利はすべて岡山県に属することとする。

(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) 印刷物等において使用される素材において、他者の著作権その他の権利が及ぶものは使用を避けること。また、これらについて使用する際には、権利者から事前に二次使用を含めた使用の許諾及び事後においても権利の主張を行われたい旨の許諾を得るものとする。これらの権利等に関して、第三者から何らかの申出がなされた場合は、すべて受託者の責任において対処すること。

(4) 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。

(5) 本業務の完成物を他の事業に利用する場合があるので、別途データ提供等を行うこと。なお、納期は別途指示する。

10 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。

11 その他

(1) 本業務を実施するに当たっては、県とよく協議した上で進めること。

(2) 本業務の成果は岡山県に帰属する。

(3) 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。

- (4) 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。
- (5) 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。
- (6) 岡山県が今後中期的なデジタルプロモーションを行うことを念頭に、広告閲覧者のアクセス情報を蓄積する（リマーケティングリスト作成等）こと。
- (7) 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

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。