**「おおいたグリーン事業者認証制度」に係る啓発テレビスポット制作等に関する仕様書**

**１　委託する業務名**

「おおいたグリーン事業者認証制度」に係る啓発テレビスポット制作等

**２　目的**

「おおいたグリーン事業者認証制度」の目的は、二酸化炭素削減やプラスチック削減に取り組む事業者を、県が「おおいたグリーン事業者認証事業者」として認証したうえで、認証事業者の取組を広く発信し、環境保全に向けて努力する事業者の拡大を図ることである。

本業務は、「おおいたグリーン事業者認証制度」の周知及び普及啓発を行い、二酸化炭素削減やプラスチック削減に取り組む事業者に対して、同制度への応募を促進する広報を行うもの。

**３　委託期間**

委託契約締結の日から令和６年１１月２９日まで

# **４****業務内容**

# 以下により、デジタルマーケティングの手法を主とした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

本業務におけるターゲットの考え方（大分県初期仮説）は下記表に示すとおりとする。

|  |  |
| --- | --- |
| 地　　域 | 県内 |
| 年　　代 | ３０代～６０代（会社経営層） |
| 興味・関心 | ①二酸化炭素削減やプラスチック削減等に関心はあるが、どんな取り組みをしたらいいかわからない。②既に取組を行っているので、ＰＲしたい。 |
| ターゲットに起こすべき行動変容 | ①グリーン事業者認証制度の申請を行う。申請には以下行動が必要。・事業における二酸化炭素やプラスチックの排出量を把握する。・二酸化炭素やプラスチックの削減目標を設定する。・削減目標達成に向けて取り組む。②既に行っている地球温暖化対策等の取組について、グリーン事業者認証制度を通じてＰＲする。 |

（２）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。

（３）目標の設定

ア　本業務の目的を達成するうえで、目標項目と目標値を具体的に設定し、その内容を企画提案書に記載すること。

イ　設定した目標値を達成した場合においても、事業効果の最大化を目指して業務を継続し、効果的な運用に努めること。

（４）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。

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。

（ア）広告手法（デジタル広告、アナログ広告等）

（イ）掲出プラットフォーム（テレビ、新聞、SNS、WEB等）

（ウ）各広告（テレビ広告、新聞広告、動画広告、ディスプレイ広告、検索連動型広告等）

（エ）各広告（上記（ウ））の経費配分バランスの方針

（オ）各広告（上記（ウ））の具体的な運用方法

（カ）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（５）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（３）参照）

カ　その他必要な事項

（５）情報発信コンテンツ（広告クリエイティブ）の制作と広告の運用管理

ア　テレビスポット制作・放映

（ア）制作内容等

　 a. 脱炭素部門と脱プラスチック部門のそれぞれに対し２種類ずつ（計４種類）テレビスポットの制作を行うこと。

b. 既に認証を受けて取り組みを行っている事業者のPR動画（インタビュー形式等）を入れること。対象の事業者は、脱炭素部門２者、脱プラスチック部門２者の計４者とする。

（イ）運用管理

　 a. 放送エリア

　　 大分県内とする。

 b. 放映期間

　　 令和６年９月１日から令和６年１０月３１日までの期間の内、１ヶ月間以上放映

 c. 放送局

　　 県内民間放送会社（ＯＢＳ、ＴＯＳ、ＯＡＢ）で放映すること。

d. 放送本数

　　 各動画について、各局３６本以上（うちＡランク７本）　計１０８本以上

（ウ）企画内容

　　次の内容を含む企画書をテレビスポット１種類につき、Ａ４サイズ３枚以内で作成し、提出すること。

a. テレビスポット内容

b. 放送本数（テレビ局名　Ａランク○本、Ｂランク△本…など）

c. 企画コンセプト

d. 枠取りの意図

e. テレビスポット内のコメント

f. 出演者名、経歴

g. ＢＧＭ等

イ　新聞広告

（ア）制作内容等

 a. グリーン事業者認証制度の制度概要が伝わりやすい掲載をすること。

　 b. 認証マークの認知度が上がるような掲載をすること。

 c. 既に認証を受けて取り組みを行っている事業者のＰＲを含んだ内容とすること。

　　　事業者は、上記アで選定した４者とする。

 d. テレビスポットとの一貫性及び整合性を図り作成すること。

（イ）運用管理

a. 新聞媒体

大分合同新聞に掲載すること。他の新聞社へ掲載する場合は、提案競技内で提案すること。

b. 掲載期間

　　　令和６年９月１日から令和６年１０月３１日までの間で、テレビスポット放映時期に合わせて掲載すること。

c. 掲載回数

　　　１回以上

d. サイズ

　　　１５段フルカラーとすること。

ウ　ＳＮＳ広告とＷｅｂ広告

　　前述アで制作したテレビスポット等を使用して、ＳＮＳ広告やＷｅｂ広告を実施すること。

（ア）制作内容等

　　a. 脱炭素部門と脱プラスチック部門の２種類の広告クリエイティブを作成すること。

　　b. 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。

　 c. 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。

d. 広告用バナー画像については、県が提供する画像やキーワード等の素材を活用したものとし、ディスプレイ広告に最適なものを作成すること。

 e. 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。

（イ）運用管理

a. 広告出稿エリア

　　　大分県内とする。

b. 広告の種類等

前述４（１）記載のターゲット設定に基づき最も効果のあるものを提案すること。

例として以下記載する。

(a) YouTube バンパー広告（ＳＮＳ広告）

　　(b) YouTube インストリーム広告（ＳＮＳ広告）

　 　(c) Google ディスプレイ広告（Ｗｅｂ広告）

　 　(d) Yahoo ディスプレイ広告（Ｗｅｂ広告）

c. 掲載期間

　　　令和６年９月１日から令和６年１０月３１日までの期間の内、１ヶ月間以上掲載

d. 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、広告を実施すること。

エ　その他広告

　　上記 ア ～ ウ を実施した上で、その他の方法により、事業費の範囲内において、広告を効果的に実施することができる場合は、企画提案書に記載し、提案すること。

（６）効果測定、改善

ア　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。

イ　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。

ウ　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。

エ　テレビスポットの放映については、ＧＲＰ（延べ視聴率）等を使用した効果測定結果を報告すること。

（７）広告費用について

ア　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。

イ　情報発信コンテンツ制作、広告費用（広告媒体原価＋管理運用費）、効果検証の予算配分は、３：６：１の割合（通称サーロインの法則）を目安とすること。予算配分の考え方については、提案書に記載すること。

（８）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　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。データの様式は、mp4、pdf、Aiデータなどの加工を前提としたものとすること。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。

ア　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大分県に無償で譲渡するものとする。

イ　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。

ウ　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

**６　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。

**７　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）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。

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、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）「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。

４　Google広告を利用する場合

（１）大分県公式の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）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。

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。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。

６　動画制作・動画広告を実施する場合

（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。

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。