

(別紙1)

令和8年度「体調や天候等に応じた運転」の周知・啓発業務委託仕様書

1 件名

令和8年度「体調や天候等に応じた運転」の周知・啓発業務委託

2 目的

加齢に伴う身体機能の変化により、自動車の運転に不安を感じている高齢者に対して、体調や天候等に応じた運転の実施を促すことで、安全運転意識の高揚を図り、高齢者の死亡事故・重傷事故を防止する。

3 委託期間

契約締結の日から令和9年2月26日（金）まで

4 委託業務の内容

以下により、「体調や天候等に応じた運転」の周知・啓発業務を実施する。

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	大分県内	
年 代	(a) 高齢者（70代～90代）	(b) 子や孫世代
想定されるターゲットの潜在意識	・免許返納したいが、生活するうえで運転が必要のため、免許を返納できず、必要な時に必要な分だけ運転を続ける。 ・運転について不安を感じているが、仕方なく運転を続ける。	・親の運転に不安を感じており、運転免許の返納をしてもらいたいと考えているが、親が納得しない。 ・親が免許返納した場合、「送迎をする時間が毎日取れない」等のジレンマもある。 ・後々は、免許返納を考えてほしいが、今のところは、病院や買い物など、自宅から近い場所や明るい時間帯だけでも、自分で運転してほしい。

(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に示すとおりとする。

年 代	(a) 高齢者（70代～90代）	(b) 子や孫世代
-----	------------------	-----------

行動変容	・自らの運転スタイルを見直し、自分の体調や天候等に応じた運転を行うことで、交通事故防止に努めるようになる。	・体調不良時、悪天候時は運転を控えもらう等、運転を続ける親に対する安全運転ルールを家族で話し合っ て決める。
------	---	---

(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。

※以下②から⑧について、ターゲット(a)、(b)それぞれについて提案すること。

②目標の設定

- ・本業務の目的を達成するうえで、目標（目標項目、目標値（仮説））と目標達成状況の把握方法（計測手法等）を具体的に設定し、その内容を提案書に記載すること。
- ・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。

③掲出プラットフォーム

- ・ターゲット(a)
高齢者の特性等を鑑み、幅広く効果的なプラットフォームや手法を用いること。
(既存動画の活用も可)
- ・ターゲット(b)
既存動画を活用しつつ、ターゲットに向けた効果的なプラットフォームや手法を用いること。

※既存動画

動画①（60秒）URL https://youtu.be/_oYRJP45-kE?si=i75-hLidgPeGE3J4

動画②（60秒）URL <https://youtu.be/Xt7oVShAr48?si=s2qNqLpXWJ02-s5w>

動画③（6秒）URL <https://youtu.be/ar1hR80Yc4o?si=Rx5bElvccTau05Aq>

動画④（6秒）URL https://youtu.be/7VjrGq5Si7Y?si=HqsMvb_x0_M6ccUc

なお、各動画は本業務実施までに一部テキスト、ナレーションを修正予定。

動画の元データはMP4ファイル形式での提供が可能。

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。

【広告運用計画に盛り込むべき事項】

(ア) 事業期間を通じた広告の運用方針

- A) 掲出プラットフォーム
- B) 各広告（新聞、ラジオ、テレビ、ディスプレイ広告、検索連動型広告、動画広告等）
- C) 各広告（上記 B）の経費配分バランスの方針
- D) 広告（上記 A）の具体的な運用方法
- E) 運用スケジュール（後述⑤参照）

(イ) 広告効果の検証及び運用の見直し方法

(ウ) 目標設定（前述②参照）

(エ) その他必要な事項

⑤広告の運用管理

- ・ 広告運用計画に基づいて、事業効果の最大化を図るよう、広告を運用すること。
- ・ 広告の運用にあたっては、交通安全に係る主な行事予定（下記）を参考にすること。

（交通安全に係る主な行事予定）

- ・ 秋の全国交通安全運動（9月21日～9月30日）
- ・ おおいた冬の事故ゼロ運動（12月10日～12月16日）

⑥効果測定、改善

- ・ 本業務により配信するデジタル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、配信設定等の見直しについて、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。

⑦広告費用について

- ・ 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。
- ・ 広告費用（広告媒体原価＋管理運用費）、効果検証の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がある場合は、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広告クリエイティブ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成果物の引渡しと同時に大分県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

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。

I 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に関する事項

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。
- (4) プライバシー保護への配慮の観点から、本業務関連ウェブサイトには、取得するユーザーデータ等に適したプライバシーポリシーを作成し、公開すること。

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。

II ウェブ広告の実施に関する事項

1 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。

2 Google 広告を利用する場合

- (1) 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) 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。

3 SNS 広告を利用する場合 (Facebook、Instagram、Twitter、TikTok、LINE 等)

- (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。

4 動画制作・動画広告を実施する場合 (Youtube 等)

- (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。

5 その他

- (1) 広告運用に利用する各媒体の規約、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データ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。