

# 令和6年度富山県デコ活参加促進キャンペーン事業業務委託仕様書（案）

## 1 委託する業務名

令和6年度富山県デコ活参加促進キャンペーン事業業務委託

## 2 業務の趣旨・目的

2050年カーボンニュートラルの実現及び2030年度温室効果ガス排出削減目標の達成に向け、国では脱炭素につながる新しい豊かな暮らしを実現する国民運動「デコ活」を展開している。環境に配慮した行動は国民に我慢を強いるのではなく、生活を豊かにしながら省エネに貢献でき、経済的なゆとりも生まれるという考え方で、具体的な取組みとして、住宅の断熱等による省エネ化や省エネ家電への買換え、再エネ設備の導入やテレワークの実施などが挙げられている。

本県においても、デコ活の取組みの拡大が必要であるが、関心が低い、または関心があっても実践に結びついていない状況が見られる。

このため、本業務では、経済的なゆとりや安心・心の余裕が相対的に低い20代から40代の、特に子育て世代を主な対象として、SNS等へのデジタル広告やウェブサイトでの情報発信のほか、小売店舗での啓発や各種イベントでの展示などを活用し、デコ活の取組みが単に我慢や節約をするものではなく、経済的なゆとりや安心・心の余裕といったウェルビーイングの向上と脱炭素達成の両立につながる取組みであることを伝え、行動変容を起こすことを目的とする。

クリエイティブ制作にあたっては、心を動かすメッセージ性やストーリー性を重視し、プロモーションにあたっては居住地や年代別など、ターゲット層に応じて実施手法を変更するとともに、カスタマージャーニーに基づいた手法の構築により、効率的かつ効果的に実施することを目指す。

## 3 委託期間

委託契約締結の日から令和7年3月21日（金）まで

## 4 委託業務の内容

委託する業務の内容は、次のとおりとする。

なお、本仕様書に記載された業務に加え、プロポーザルにおいて提案した企画にかかる業務についても、あわせて実施すること。

### （1）本業務のターゲット等の設定、見直しの提案

#### ① ターゲットの考え方

本業務におけるターゲットの考え方は次の表に示すとおりとする。

#### ○ デコ活の取組みに関心が低い人、関心があっても実践が進んでいない人

地域	富山県内
年代	20～40代、特に子育て世代
価値観	・「経済的なゆとり」や「安心・心の余裕」などのウェルビーイング指標が低い傾向にある。 ・タイムパフォーマンスを重視している。 ・自分らしいもの、新しいものへの感度が高い。
訴求内容	・我慢せずに、豊か・自分らしく快適・健康で、かつ温室効果ガス排出削減も同時達成する「新しい豊かな暮らし」であるデコ活の発信 ・デコ活の取組みが経済的・時間的・心理的な余裕をもたらすことをターゲットが理解

## ② 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次に示すとおりとする。

行動変容	・デコ活の取組みに関心を持ち、本業務で作成する特設ウェブサイトを訪れてデコ活の取組みの理解を深め、県補助金等を利用しつつ、実践につなげる。 ・買い物など日常生活の場での実践につなげる。
------	---

## ③ ターゲット見直しの提案

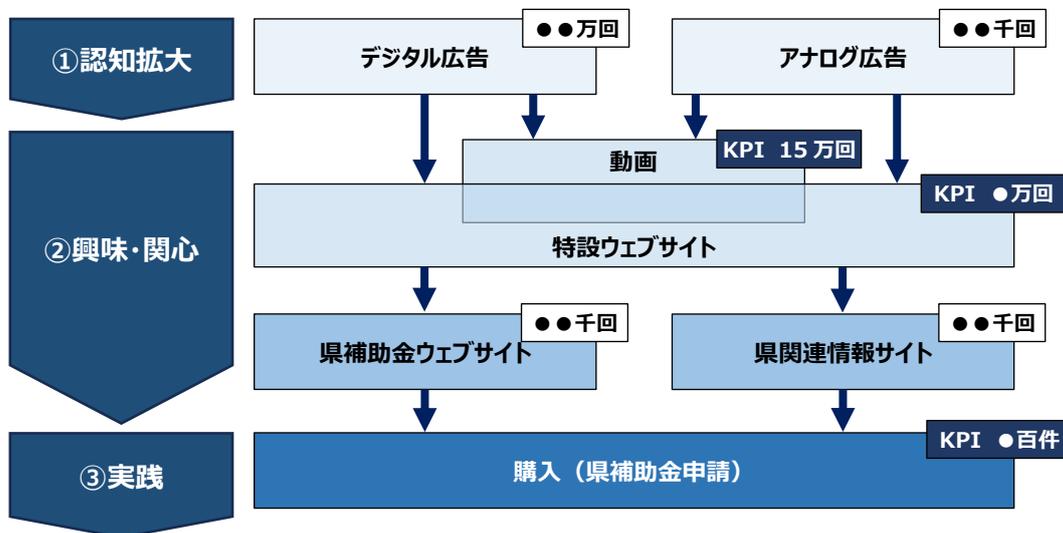
ターゲットに対して広告を配信した結果、想定とは異なるエリア、年齢等をターゲットとすることが本業務の目的を達成するために、より効果的であると判断できるデータの蓄積があった場合は、その根拠とともに県に対して助言及び提案を行い、ターゲットの見直しについて、協議するものとする。

## (2) 目標値 (KPI) の設定

- ・ 4 (1) のターゲットについて、動画の再生回数を目標値 (KPI) の一つとして、必ず設定すること。また、特設ウェブサイトの閲覧数及び県補助金の申請数も、県と協議のうえそれぞれKPIとして設定すること。
- ・ その他本業務の目的を達成するうえで必要な目標項目やKPIがある場合は、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KPI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。

### 【KPIの設定 (例)】

- ・ 動画の再生回数 15万回 …20~40代 (約30万人) の認知度を0→50%
- ・ 特設ウェブサイトの閲覧数 ※県と協議のうえ決定
- ・ 県補助金の申請数 ※県と協議のうえ決定



## (3) 受注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。

### ① 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。

### ② 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 (Google、Instagram、新聞等)

ウ 各広告 (ディスプレイ広告、検索連動型広告、動画広告等)

- エ 各広告（上記ウ）の経費配分のバランス方針
- 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４（５）参照）
- ③ 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（４）参照）
- ④ 広告効果の検証及び運用の見直し方法
- ⑤ 目標設定（前述４（２）参照）
- ⑥ 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。広告クリエイティブの内容については、「デコ活」が、単に我慢や節約をするものではなく、「経済的なゆとり」や「安心・心の余裕」といったウェルビーイングの向上と脱炭素達成の両立に資する取組みであることをPRすることを基本とし、そのための定量的・定性的な情報を分かりやすく伝えるものであること。
- ・ 環境省が呼びかける「デコ活アクション」のうち、特に富山県の地域特性を踏まえて脱炭素達成とウェルビーイング向上の両立に効果的なもの（以下「富山デコ活アクション（仮称）」という。）を選ぶこと。

**① デジタル広告**

KPI達成に向けて、デジタル広告を出稿すること。出稿するタイミングについては、ターゲットの関心の高まりやすさや店舗への問合せ・購入が増加する時期など、効果的なタイミングを行うこととし、県と協議の上、決定する。

**② 特設ウェブサイト**

**ア 特設ウェブサイトの掲載内容**

- ・ 「富山デコ活アクション（仮称）」ごとの定量的（支出削減、温室効果ガス削減）・定性的なメリットについて、動画やイラストを効果的に使い、分かりやすい内容とすること。
  - ・ 各アクションに関連する補助金等の情報サイトに誘導するものであること。
  - ・ 動画は、多くのターゲットに視聴してもらうため、冒頭でターゲットを惹き付ける構成にするとともに、飽きさせずに伝えたい内容に意識を集中させる構成とすること。
- 【例】視聴したくなるタイトルやサムネイル、モーショングラフィックス、ターゲットに人気の著名人 など
- ・ ターゲットが消音で視聴することも想定した構成とすること。
  - ・ 伝えたい内容がマナー啓発に近いことから、親近感のあるキャラクターが登場し、各アクションを紹介する構成とすること。
  - ・ 動画やイラストは、デジタル広告への出稿や店舗用啓発資材の制作（印刷など）に使うことも想定すること。
  - ・ 特設ウェブサイトの制作・運営にあたっては、次年度以降の活用やコンテンツの追加を想定した仕様とすること。

**【特設ウェブサイトで重点PRする富山デコ活アクション（仮称）の例】**

分類	富山デコ活アクション（仮称）	定量的・定性的な情報（例）	県補助金
住	電気代もおトク 省エネ健康住宅に住む（高断熱・高气密でヒートショック・結露・カビも防ぐ）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・（悩み）冬の結露がいやだなあ</li> <li>・トリプルガラスの窓で結露解決、しかも光熱水費が●円お得、いまなら補助金を使って●年でもとがとれるよ。</li> <li>・温室効果ガスも●●kg削減</li> </ul>	有
住	高効率の給湯器、節水できる機器を選ぶ		
住	こだわる楽しさ エコグッズ（LED・省エネ家電などを選ぶ）		

住	じつはおトク 太陽光発電など再生可能エネルギーを取り入れる	<ul style="list-style-type: none"> <li>・(悩み) 蛍光灯交換が面倒だなあ</li> <li>・LED 電球は、蛍光灯の●倍以上長持ち、しかも電気代が半減、いままら補助金を使って●年でもとがとれるよ。</li> <li>・温室効果ガスも●●kg 削減</li> </ul>
交通	環境にやさしい次世代・低燃費自動車、低燃費タイヤを選ぶ	

### 【関連する県補助金（例）】

富山県住宅省エネ改修推進モデル事業費補助金（※令和6年度も実施予定）

<https://www.pref.toyama.jp/1507/kurashi/seikatsu/sumai/kj20221112.html>

とやま省エネ家電購入応援キャンペーン

<https://toyama-shoenekaden.jp/>

再生可能エネルギー導入促進補助金(富山県)（※令和6年度も実施予定）

<https://www.pref.toyama.jp/1705/kurashi/kankyoushizen/kankyou/saienehojo.html>

令和6年度富山県EV導入支援事業費補助金

<https://www.pref.toyama.jp/100223/kensei/ev/2024evhojo.html>

## イ 特設ウェブサイトの構築

別添1「特設ウェブサイト構築業務事項」によること。

### ③ 店舗用の啓発資材デジタルデータ

とやまエコ・ストア登録店舗（スーパー、家電量販店、コンビニ、衣料品、ホームセンター等）や住宅関連事業者、自動車販売店等の各店舗の従業員がデコ活アクション（上記②の重点PR以外のアクションも含む。）をPRできるよう、各店舗の意向を確認のうえ、ターゲットの行動変容を促す効果的な啓発資材（ポスター、POPなど）のデジタルデータを作成すること。

なお、作成されたデジタルデータは、県や関係団体、店舗等が本業務以外で啓発資材を制作（印刷など）するために使用するものであり、本業務には啓発資材自体の制作業務は含まない。

### 【各店舗でのデコ活アクションの例】

- ・ スーパー：詰替え商品の販売、はかり売り、手前どり、期限間近商品の値引き販売、地元産の旬な食材の販売など
- ・ 家電量販店：省エネ家電・機器の販売、太陽光発電の販売など
- ・ コンビニ：手前どり、コンビニでの荷物受取りなど
- ・ 衣料品：クールビズ、ウォームビズ等の販売など
- ・ ホームセンター：省エネ機器の販売など
- ・ 住宅メーカー：住宅の断熱化、太陽光発電の販売など
- ・ 自動車販売店：次世代自動車、低燃費車の販売、低燃費タイヤの販売など

### ④ 各種イベントへのブース出展用啓発キット

県内の各種イベントにブース出展し、ターゲットに対して富山デコ活アクション（仮称）の取組みをPRするための啓発キットを制作すること。

ブースの仕様は1小間1面通路を想定し、啓発キットは県の職員が1～2名で運搬・設置できる規模とする。

なお、出展時のブース設置・管理業務は、本業務には含まない。

### 【想定されるイベント等】

とやま環境フェア（開催予定日：令和6年10月12日(土)～13日(日)、会場：富山テクノホール）、住宅関連イベント、家電販売イベント、自動車販売イベントなど

## ⑤ その他の広告

上記①～④のほか、テレビCMなど、KPI達成のために効果的な広告があれば提案すること。

## (5) 広告の運用管理

- ・ 広告は、ディスプレイ広告、検索連動型広告、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。
- ・ 広告期間は令和7年1月31日までとする。
- ・ 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。

## (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。
- ・ 補助金を利用した県民に対し、情報の入手元についてアンケート調査を行い、効果的な広告手法を分析すること。なお、対象者へのアンケート調査票の送付業務は、本業務には含まない。

## 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。

### (2) 業務完了報告書

広告配信の完了後、以下の内容を含んだ業務完了報告書を提出すること。

- ① 本業務にかかる効果検証分析レポート
- ② 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

### (3) 電子記録媒体

本業務で作成した全ての電子データ（(1)及び(2)を含む。）を収納した電子記録媒体（DVD-R）を提出すること。

## 6 その他業務実施上の条件

### (1) 守秘義務

受注者は、業務の実施過程で知り得た秘密を第三者に漏らしてはならない。

### (2) 再委託

- ・ 受注者は、本業務の全てを自ら実施するものとし、その全部を一括して第三者に委託し、または請け負わせてはならない。ただし、次号の定めに従い、本業務の一部を第三者に委託し、または請け負わせること（以下「再委託」という。）ができる。
- ・ 受注者は、再委託をする場合は、再委託の相手（以下「再委託先」という。）を明らかにした上で、再委託先の業務の範囲、再委託を行うことの合理性および必要性、再委託先の履行能力等について書面をもって説明し、再委託に先立って発注者の書面による承認を得

なければならない。

- ・ 受注者は、前項により再委託を行う場合であっても、再委託先の受託業務の遂行過程および結果に対して、本業務の受注者としての責任を負うものとする。

### (3) 協議・打合せ

- ・ 本業務の実施に当たり、業務全体の工程や進め方等について、随時、県と情報を共有し、打合せを行うこと。
- ・ 業務の遂行にあたり、事業を円滑に進められるよう、具体的な取組については、県と協議の上、実施すること。

### (4) 証拠書類の整理・保存

- ・ 業務の実施に当たり、事業の経費に関する帳簿と全ての証拠書類（見積書、発注書、契約書、請求書、領収書等支払いを証明する書類等）を他の経理と明確に区分して管理し、その内容を明らかにしておくこと。
- ・ 事業の経費に関する帳簿と全ての証拠書類を、本業務委託年度の終了後、5年間保存しておくこと。

### (5) デジタルマーケティング

- ・ 別紙2「デジタルマーケティング留意事項」を遵守すること。

### (6) 著作権等の扱い

- ・ 制作物が他者の所有権や著作権を侵すものでないこと。
- ・ 本業務により作成し、発注者に提出した納品物の所有権及び著作権は発注者に帰属するものとし、発注者において自由に利用・修正・公開することができるものとする。
- ・ 受注者は、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、全て受注者が負うこと。

### (7) 関係者との連携

地域脱炭素に取り組む市町村や富山県地球温暖化防止活動センター（公益財団法人とやま環境財団）等と情報共有、連携しながら、効果的なキャンペーンとなるよう運営すること。

### (8) 参考情報

次の情報を参考にすること。

環境省「デコ活ウェブサイト」

<https://ondankataisaku.env.go.jp/decokatsu/>

デコ活応援団（新国民運動・官民連携協議会）「くらしの10年ロードマップ」

<https://www.env.go.jp/content/000199520.pdf>

富山県「富山県カーボンニュートラル戦略」

<https://www.pref.toyama.jp/100223/kensei/carbonneutral/senryaku/>

富山県「令和5年度第3回富山県カーボンニュートラル推進本部会議 会議資料」

<https://www.pref.toyama.jp/100223/kensei/carbonneutral/honbu/20240325kaigi.html>

富山県・15市町村「とやまカーボンニュートラルポータル」

<https://www.carbon-neutral-toyama.jp/>

富山県「とやまエコ・ストア制度」

<https://www.pref.toyama.jp/1705/kurashi/kankyoushizen/kankyou/ecostore/>

### (9) 本仕様書に定めのない事項等

- ・ 本仕様書に疑義が生じたとき、本仕様書により難しい事由が生じたとき、あるいは本仕様書に定めのない事項等については、発注者と受注者との協議により定めるものとする。

## 特設ウェブサイト構築業務事項

### 1 用語の定義

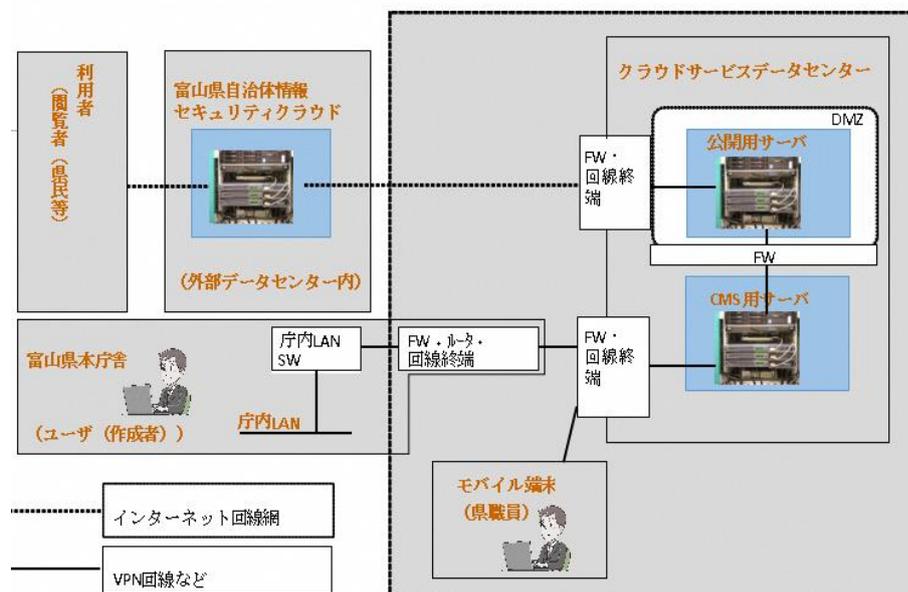
本仕様書に記載する主要な用語を以下のとおり定義する。

用語	定義
県ホームページ	県公式ホームページ ( <a href="https://www.pref.toyama.jp/">https://www.pref.toyama.jp/</a> ) のこと。
県 CMS	県ホームページの掲載コンテンツを管理するシステムのこと。 なお、県 CMS で採用しているパッケージは以下のとおり。 パッケージ名 CMS-8341/やさしい 製造元 グローバルデザイン株式会社
CMS 事業者	県 CMS を運用・管理している事業者のこと。 なお、本県の CMS 事業者は以下のとおり。 名称 グローバルデザイン株式会社 住所 静岡市葵区紺屋町 17 番地の 1 葵タワー16 階 TEL 054-273-6385
テンプレート	県 CMS で公開ページを生成するための雛形を「CMS テンプレート」または単に「テンプレート」という。CMS テンプレートは県 CMS のパッケージの仕様に従って作成する必要がある。
固有テンプレート	トップページやメニューページなど、固有のページを作成するためのテンプレートのこと。
機能テンプレート	固有テンプレートのうち、プログラムによって動作するように作成された部分が中心のテンプレートのこと。固有テンプレートに、ライブラリー (パーツ) を設定するだけの場合もある。
雛形テンプレート	施設詳細など、各ページで共通的に利用するテンプレートのこと。
定型テンプレート	雛形テンプレートのうち、定型的な項目の入力によって作成されるテンプレートのこと。
デザインページ	CMS テンプレートに適用されるデザインの元になる HTML ページのこと。
WEB サーバー	県ホームページを外部公開するためのサーバーのこと。

### 2 業務要件

#### (1) サイトの開発

- ・ サイトは富山県広報課が管理する県ホームページの WEB サーバー及び県 CMS を使用して作成すること。構成概要は以下のとおり。



- ・ 受注者は CMS 事業者と再委託契約を結び、CMS 事業者の行う業務に係る費用を CMS 事業者  
に支払うこと（CMS 事業者への再委託見積額は「1 用語の定義」に記載の連絡先に確認す  
ること。）。
- ・ 富山県ホームページ作成ガイドライン、富山県ホームページウェブアクセシビリティガ  
イドライン及び富山県庁情報セキュリティポリシーを遵守したものとすること。
- ・ 新規記事の作成、更新、修正がシンプルかつ簡単に操作できるような構成・機能とする  
こと。
- ・ 画像やイラスト等が簡単に反映できるようにすること。

## (2) サイトデザイン・テンプレート作成要件

- ・ 興味を引き、アクセスした利用者が分かりやすく快適に情報を入手することができるよ  
うなサイトデザインとすること。
- ・ 機能テンプレートに対するページについては、サーバーサイドのプログラム開発は CMS 事  
業者が行うが、タブの切り替え等画面上の動作に必要となる JavaScript 等は納品物に含む  
こと。
- ・ 機能テンプレートで、結果表示が切り替わる場合の画面のデザインを含むこと。
- ・ 各ページには、共通化したヘッダー、フッター、グローバルナビ、サイト内検索、パン  
くずを設置すること。
- ・ 特に指定のない限り、原則全てのページをスマートフォン及び PC に対応させること。ま  
た、当該対応は、レスポンシブウェブデザインにより対応すること。
- ・ HTML5+CSS3 で記述すること。
- ・ 文字コードは「UTF-8」とすること。
- ・ スタイルの記述は、インラインではなく外部スタイルシート (/shared/style/) として  
記述すること。
- ・ 共通の画像ファイルなどについては「/shared/images/」に保存すること。
- ・ 個別の JavaScript などは CMS 事業者と協議の上、調整を行うこと。
- ・ 作成したデザインは、県で確認及び検証した結果、問題があると判断した場合は、修正  
を行い、県の検証に合格するまで修正作業を行うこと。
- ・ CMS 事業者のテンプレート作成期間を少なくとも 2 か月間確保したスケジュールとするこ  
と。

## (3) 試験要件

- ・ 作成したデザインページに関する以下の試験を行うこと。

No	試験	内容	対象
1	XHTML 試験	下記のチェックツールを用いて行うこと。 <a href="http://validator.w3.org/">http://validator.w3.org/</a>	全ページ
2	CSS 試験	下記のチェックツールを用いて行うこと。 <a href="http://jigsaw.w3.org/css-validator/">http://jigsaw.w3.org/css-validator/</a>	全ページ
3	ウェブアクセシ ビリティ試験	下記のサイトの miChecker (エムアイチェッ カー) を用いて行うこと。 <a href="https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/joho_tsusin/b_free/michecker.html">https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/joho _tsusin/b_free/michecker.html</a>	全ページ
4	ユーザビリティ 試験	県の担当者同席のもと、受注者（ユーザビリ ティについて知見を有する者）と共同で行う こと。	全ページ ※ただし、記述内容が同 一のものについては省略 してもよい。
5	カラーコントラ ストチェック	下記のチェックツールを用いて行うこと。 <a href="http://webally.jp/tools/cca/">http://webally.jp/tools/cca/</a>	全ページ

- ・ 試験は作業の初期段階及び完成前に行い、その結果を県に報告し、承認を受けること。
- ・ 試験は納品前までに全て完了させ、試験結果表とともに県に提出し承認を受けること。

#### (4) 端末要件

以下の端末及びブラウザで利用可能なものとする。

端末種別	OS	ブラウザ
スマートフォン	iOS	Safari 最新版
	Android	Google Chrome 最新版
PC	Windows	Google Chrome 最新版 Microsoft Edge 最新版 Firefox 最新版
	macOS	Safari 最新版

#### (5) その他

- ・ 上記要件以外に本業務を運用する上で、必要となる作業・物品がある場合は適宜、受注者が実施・調達すること。
- ・ 本業務における CMS 事業者との調整は受注者が行うものとする。なお、CMS 事業者との調整のための費用は受注者が負担するものとする。
- ・ 契約後速やかに、県、受注者によるキックオフミーティングを開催し、実施計画書をもとに体制、スケジュール、役割分担について県へ提示・説明を行うこと。
- ・ 県担当者と開催した会議については、実施後 3 日以内に議事録を提出すること。
- ・ 業務完了までの進捗管理、工程管理を行い、県担当者へ定期的に報告を行うこと。
- ・ 本業務により構築したウェブサイトのアクセス数、アクセスしたユーザー数、アクセス後の行動等をアクセスしたユーザーの属性（地域、性別、年代や興味関心等）ごとに適宜分析し、報告すること。

### 3 業務の役割分担

以下の役割分担表をもとに業務を実施すること。

富山県	受注者	CMS 事業者
<ul style="list-style-type: none"><li>・ ページ校正</li><li>・ ウェブサイト上の軽微な修正</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 全体の進捗管理、納品の品質担保</li><li>・ サイト企画、設計（サイトマップ）</li><li>・ デザイン制作</li><li>・ アクセシビリティ試験</li><li>・ 分析報告</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・ デザイン監修（CMS に搭載できるか検討）</li><li>・ 実装設計（テンプレート仕様作成）</li><li>・ コーディング</li><li>・ テンプレート作成</li><li>・ 動作試験（適合試験を含む）</li><li>・ 納品（一部）</li><li>・ 分析報告（一部）</li></ul>

(別紙2)

## デジタルマーケティング留意事項

### 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、内容について富山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富山県に譲渡すること。

### 2 富山県 Google タグマネージャーの管理に関する業務

- (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、富山県が別途指定する「富山県 Google タグマネージャー」を活用し、その管理を行うこと。
- (2) 受注者は、施策におけるタグ活用が確実に行われるよう、「富山県 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、その内容を富山県に報告すること。
- (3) 各種設定には、内容について富山県の承認を得ること。また、「富山県 Google タグマネージャー」の設定については事業完了後に一切の権利を富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」で施策効果を取得するため、富山県が別途指定するルールに基づいて、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) 本業務において、最終成果地点に至るまでの重要な指標を K P I として定め、Google アナリティクス上に目標設定を行いレポート並びに、分析・考察レポートを最終的に提出すること。
- (4) 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富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「富山県 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、富山県公式の 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 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、富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) 富山県公式 SNS のビジネスマネージャーや富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、富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) 富山県が今後もデジタルプロモーションを行うこと考慮し、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、作成した動画は富山県が運営する 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。