

家庭における二酸化炭素削減取組の普及啓発事業業務委託に関する仕様書

1 委託する業務名

家庭における二酸化炭素削減取組の普及啓発事業委託業務

2 目的

脱炭素社会を実現するためには県民が主体となって地球温暖化対策に取り組む必要があり、家庭において実施できる取組（太陽光発電設備設置や省エネ機器導入等）を普及啓発することにより、県内の二酸化炭素排出量の削減を推進する。

本業務は、自家消費型太陽光発電のメリット（環境負荷等の課題が少ないこと、蓄エネ設備と組み合わせて災害時の非常用電源にできることなど）や大分県自家消費型太陽光発電設備等導入事業費補助の周知及び活用を目的とする。

また、脱炭素に伴う取組みが誰でも身近なところから行うことができ、暮らしの質の向上につながることを広めることで、県民全体の意識向上を図る。

3 委託期間

委託契約締結の日から令和7年3月31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。

ア 家庭において実施できる二酸化炭素削減の取組の普及啓発を目的としたもの

地域	県内
年代	10代～20代、30代～40代
興味・関心	①地球温暖化対策に興味はないが、電気代削減等に興味がある ②地球温暖化対策にネガティブなイメージを持っている
ターゲットに起こすべき行動変容	①二酸化炭素削減に資する設備（自家消費型太陽光発電設備や省エネ機器等）を導入する。 ②新築・改築時に ZEB 化を行う。 ③地球温暖化対策に関するネガティブなイメージを解消し、家庭において実施できる二酸化炭素削減の取組を実施する。

イ 太陽光発電設備・蓄電池や高効率給湯器など（太陽光発電設備等）の導入に関する補助の周知を目的としたもの

地域	県内
年代	20代～60代

潜在意識	新築住宅に太陽光発電設備等の設置を検討している又は既存住宅に太陽光発電設備等の設置に関心がある
ターゲットに起こすべき行動変容	本県の太陽光発電設備等の導入に関する補助事業を活用し、太陽光発電設備等を設置する。

(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。
 - A) 広告手法（デジタル広告、アナログ広告等）
 - B) 掲出プラットフォーム（Google、Facebook、新聞等）
 - C) 各広告（ディスプレイ広告、検索連動型広告、動画広告等）
 - D) 各広告（上記C）の経費配分バランスの方針
 - E) 各広告（上記C）の具体的な運用方法
 - F) 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（6）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) プロモーション

- ア 県が提供する又は下記（6）で新たに作成した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。

イ 広告は、テレビCM（県内の民間放送会社（OBS、TOS、OAB））、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。このうち、県内の民間放送会社（OBS、TOS、OAB）のテレビCM放映は必ず実施すること。手法やその組み合わせ方法等は提案すること。

ウ 県内住宅展示場において、来場者等を対象に、太陽光発電設備等の導入に関する補助事業の周知及びZEB化住宅に関するプロモーションを行うこと。プロモーションの時期・期間・内容等は企画提案書で提案すること。

エ 上記補助事業の周知に係る広報に関する開始時期等は県と協議のうえ、なるべく早期に開始できるようにすること。

オ 広告期間は令和7年3月31日までとする。ただし、住宅展示場におけるプロモーションを除く。

（6）情報発信コンテンツ（広告クリエイティブ）の制作

ア 県が提供する広告クリエイティブ以外にコンテンツを作成する場合は、「2目的」を踏まえ、話題性、メッセージ性を意識したものとし、企画提案書にて提案すること。

イ 広告クリエイティブは、ターゲットの行動変容の促進を図るものとし、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ができるものとする。

ウ 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。

エ 今後、数年活用できるよう制作すること。

（7）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、年代や潜在意識等）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、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、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。

（8）予算配分

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。予算配分等の考え方については、企画提案書にて説明すること。

（9）その他

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、pdf、Ai データなどの加工を前提としたものとする。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 (マイクロ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

一タ) とならないように留意すること。