

「電車・バスで行こう！」事業業務委託仕様書

1 委託する業務名

「電車・バスで行こう！」事業業務委託

2 業務の趣旨・目的

公共交通を積極的に利用するきっかけをつくるため、市町村や交通事業者等と連携したキャンペーンを実施する。

実施に当たっては、市町村、協力企業等と連携しながら、スマートフォンアプリ「my route」（運営：富山 my route 推進協議会）で販売するデジタル乗車券の利用を促進するとともに、県民がより公共交通に乗りたくなる関連企画を実施することで、公共交通に興味関心を持ち、移動手段として選んでいただく行動変容を起こすことを目的とする。

動画広告制作にあたっては、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など、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28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。

また、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。

なお、10月～11月頃及び1月～2月頃において各々平日10日から13日間程度のデジタル企画乗車券を活用したキャンペーンや、土日祝日において既存のデジタル乗車券を活用した企画（別紙1 I 参照）を実施するものとし、その時期や期間も提案に含めること。

ただし、時期や期間については、契約後に県と協議の上決定する。

（1）動画広告等の制作・発信

「平日の通勤・通学時」に実施するキャンペーンを下記ア～ウ各ターゲットにPRするための動画を制作すること。

訴求内容について定量的・定性的な情報を分かりやすく伝えるものであること。また、その行動変化により、地域交通を日常的に使うきっかけになり、地域交通を中心としたライフスタイルへの自発的な転換を促すことにつながる内容であること。

- ① ターゲットとターゲットに起こしてもらいたい行動変容等（それぞれ1種以上の動画制作を必須とし、その他効果的な手法があれば提案すること。）

ア 通常マイカー（車・バイク）で通学している人

地域	富山県内
年代	10～20代
価値観	通学はマイカー（送迎含む）が当たり前だと思っている 便利な移動手段としての公共交通があることを知らない
訴求内容	マイカーを利用しなくても、通学することができる （期間中はお得な乗車券を活用することができる）
行動変容	公共交通での移動に関心を持ち、期間中1回以上公共交通を利用する。

イ 通常マイカー（車・バイク）で移動している人の家族

地 域	富山県内
年 代	40～50代の男性・女性で、家族の移動手段の費用を負担している人または家族の送迎をしている人
価 値 観	移動手段はマイカー（での送迎）が当たり前だと思っている 便利な移動手段としての公共交通があることを知らない
訴求内容	マイカーを利用しなくても、通勤・通学することができる （期間中はお得な乗車券を活用することができる）
行動変容	公共交通での移動に関心を持ち、家族に対し、公共交通での移動を進め、家族が期間中1回以上公共交通を利用する。

ウ 通常マイカー（車・バイク）で通勤している人

地 域	富山県内
年 代	20～50代
価 値 観	通勤・通学はマイカーが当たり前だと思っている 便利な移動手段としての公共交通があることを知らない
訴求内容	マイカーを利用しなくても、通勤することができる （期間中はお得な乗車券を活用することができる）
行動変容	公共交通での移動に関心を持ち、期間中1回以上公共交通を利用する。

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、想定とは異なるまたは、想定よりも限定した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 動画広告制作の業務内容

ア 内容の企画・立案業務

テーマに関する具体的な構成等に関する企画案の作成

動画の長さ（尺）は30～60秒程度を想定しているが、これによらず効果的な長さがあれば、提案すること。

イ 出演者、ロケ地との交渉業務

出演者、ロケ地等の選定及び交渉

ウ 制作業務

- ・シナリオの作成
- ・出演者、ロケ地との打合せ
- ・ロケ地での撮影
- ・編集作業（タイトル・字幕・音楽・効果音等）

制作過程においても県交通戦略企画課と内容について随時協議すること。

④ SNS広告の配信

YouTube、Tver、Instagram、LINE、Facebook等SNS広告の配信

ア 配信期間

キャンペーン期間を考慮し、効果的な配信期間を提案すること。

イ 対象者

ターゲットを考慮し、効果的な対象者及び広告種別を提案すること。

ウ 目標値

ターゲットについて、動画の再生回数を目標値（K P I）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も、県と協議のうえそれぞれK P I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K P I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K P I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。

なお、本事業の各々のキャンペーンの1回あたりの目標をとやまノーマイカーウィーク2024（別紙1Ⅱ参照）実施時の参加者数662人、販売枚数1,866枚の1.1倍と設定し、K P Iを設定すること。

【K P I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

エ 広告の運用管理

（ア）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。ターゲットを元にカスタマージャーニーを設定し、掲出プラットフォーム、広告種別、その組み合わせ方法、経費配分、運用方法や運用スケジュール等は提案すること。

（イ）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。

オ 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、県交通戦略企画課に協議すること。特に、10月～11月頃に実施するキャンペーン終了後に、初動の結果報告や今後の対策についての説明を行うこと。

（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、報告書としてとりまとめを行い、県交通戦略企画課に報告すること。

（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。

⑤ 広告データの利用・公開

県は、納品された広告データを、県ホームページ、その他のインターネットサイト及び県が実施する事業において利用できるものとする。また、受託者がインターネットサイトやSNS、イベント等で利用する場合は事前に県の同意を得るものとする。広告データ（音源や著作権等すべて含む）は次年度以降、3年間は無償で利用できることとする。

（2）特設ウェブサイト

① 特設ウェブサイトの掲載内容

- ・「電車・バスで行こう」キャンペーンの概要（期間、企画乗車券の内容等）
- ・キャンペーンに参加するメリット
- ・キャンペーンの参加方法（アプリのダウンロード、デジタルチケットの購入方法、デジタルチケットの利用方法）
- ・企画乗車券の乗車可能路線図
- ・申込みフォームへの誘導

- ・作成した動画広告
- ・既存のデジタル乗車券を紹介し、公共交通利用の機運醸成を図る内容
- ・県で作成する土日祝日におけるデジタル乗車券を活用した余暇を楽しむことを主眼においた YouTube 動画（「デジタル乗車券を使った 1 日旅行体験」等）の埋込み
- ・色のコントラスト等のアクセシビリティに配慮するとともに、広告動画から遷移してきたターゲットが一定時間滞在することを考慮し、上記の内容を効果的に配置すること。
- ・その他、Web ページの内容については、富山県交通戦略企画課と協議のうえ決定すること。

②特設ウェブサイトの構築

別紙 2 「特設ウェブサイト構築業務事項」によること。

③富山 my route 推進協議会との連携

平日実施のキャンペーンに係る企画乗車券のデジタルチケット造成、キャンペーン申込フォーム及びスマートフォンアプリ「my route」内告知（各々 3 回）については、アプリの管理者である富山 my route 推進協議会と再委託契約を結び、同協議会の行う業務に係る費用を協議会に支払うこと。（同協議会への再委託見積額は、下記に記載の連絡先に確認すること。）

また、キャンペーン申込に関する情報について、同協議会から提供を受け、取りまとめの上完了報告において報告すること。

富山 my route 推進協議会 076-432-4141（トヨタモビリティ富山株式会社内）

（3）ポスター及びチラシ

①ポスター 300 枚

- ・サイズ B 2 版 ページ 片面
- ・紙質 コート紙 四六版 135 k g
- ・色の使用 4 色カラー
- ・原稿 富山県交通戦略企画課と協議の上決定。

②チラシ 20,000 枚

- ・サイズ A 4 版 ページ 両面
- ・紙質 コート紙 四六版 90 k g
- ・色の使用 4 色カラー 裏面単色
- ・原稿 富山県交通戦略企画課と協議の上決定。

③用紙

- ・古紙パルプが配合されている紙の場合は、古紙パルプ配合率ができるだけ高いこと。
- ・再生利用しにくい加工がされていないこと。

④校正 2 回以上、色校正 1 回以上

⑤デザイン案 2 案以上、Web ページ等とのデザインと統一性を持たせること。

⑥電子媒体の提出

- ・チラシ原稿について、PDF 形式で提出すること。

⑦納品及び配布

- ・ポスター：交通戦略企画課、各市町村及び交通事業者等 50 か所程度
- ・チラシ：交通戦略企画課交通機関交線事業所等（配布先・数については提案すること）

⑧納入期限

- ・キャンペーン期間の 21 日前に納入する

(4) 各種イベントへのブース出展

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「電車・バスで行こう」キャンペーンの取組をPRすること。

【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)、鉄道の日（10月14日）のイベント等

(5) その他

上記（1）～（4）のほか、スタンプラリーやプレゼントキャンペーンなど、KPI達成のために、公共交通を使ってみたくなる効果的な業務があれば提案すること。

(6) 報告書の提出

10～11月頃のキャンペーンの終了後、業務の実績報告書とは別に、以下の内容を含んだ報告書を提出すること。

- ①（1）及び（2）業務にかかる効果検証分析レポート
- ② ①の分析結果により、1～2月頃を実施するキャンペーンのターゲットとプロモーションの改善案

5 成果物及び提出物

(1) 動画広告

本業務により制作した動画広告は、SNS公開までに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ット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（上記（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3「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) 参考情報

次の情報を参考にすること。
富山県地域交通戦略

(8) 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。

(別紙 1)

I 「電車・バスで行こう」概要

1 平日におけるキャンペーン

- (1) 実施期間 10月から11月頃及び1月～2月頃において各々平日10日から13日程度
(期間の開始日や日数は提案に含めること。)
- (2) 参加対象 県内事業所、大学、団体、官公庁等にマイカーやバイクで通勤・通学している方
- (3) 参加登録の方法
 - ・参加者は、専用ページにて参加登録
 - ・法人に対しては、県・市町村でも働きかけを行う。(公共交通機関沿線の大規模事業所)
- (4) 運動の実施方法
 - ・参加者は、期間中に1日以上、徒歩・自転車・公共交通で通勤通学
 - ・公共交通参加者に対し、スマートフォンアプリ「my route」で企画乗車券を期間限定で販売し、購入・利用を促す。
 - ・徒歩、自転車での参加者に対し、アプリ等を活用して参加のきっかけづくりを行う。
 - ・運動実施後、参加者は専用HPにおいてアンケートに回答する。
- (5) 企画乗車券(デジタル乗車券) 販売額: 300円(往復分の回数券、1枚当たり150円)
利用時間: 1枚当たり90分(利用時間内であれば、利用可能区間の乗り継ぎ自由)
購入方法: アプリで購入(クレジット決済)
販売事業者: 富山地方鉄道(参加交通機関の幹事会社)にて販売、事業者間の清算を実施
- (6) 期間中の連携企画 効果的な企画があれば、提案に含めること。

2 土日祝日におけるキャンペーン

- (1) 実施期間 提案に含めること
 - ・平日におけるキャンペーンの時期も考慮して効果的な時期を設定する。
 - ・下記(3)で作成する動画の制作スケジュールにより、実施期間を調整する場合がある。
- (2) 対象となる乗車券
 - ・my route アプリ内で購入することができる既存の企画乗車券
(例)「富山1日乗り放題切符」、「宇奈月満喫きっぷ」など
- (3) その他
 - ・土日祝日におけるデジタル乗車券を活用した余暇を楽しむことを主眼においた動画(「デジタル乗車券を使った1日旅行体験」等)については、県で作成し、YouTubeに掲載する。

II とやまノーマイカーウィーク 2024 事業(令和5年度事業)の概要

- (1) 実施期間 令和6年3月8日(金)～27日(水)の平日13日間
- (2) 参加対象～(5)企画乗車券 上記「1平日におけるキャンペーン」同様
- (6) 期間中の参加実績等
 - 利用者数 662人
 - 販売枚数 1,866枚

(参考)

とやまノーマイカーウィーク 2024 の実施について

<https://www.pref.toyama.jp/8000/kensei/kouhou/houdou/20240221nomycar.html>

とやまノーマイカーウィーク 2024 の実施結果について

<https://www.pref.toyama.jp/8000/kendodukuri/koukyou/koukyoukoutsuu/kj00060501.html>

特設ウェブサイト構築業務事項

1 用語の定義

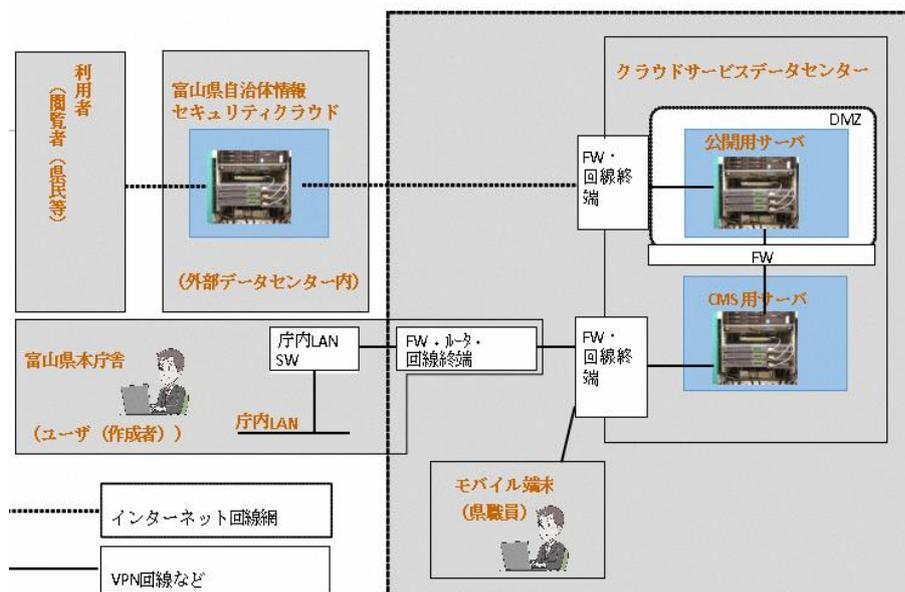
本仕様書に記載する主要な用語を以下のとおり定義する。

用語	定義
県ホームページ	県公式ホームページ (https://www.pref.toyama.jp/) 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。
- ・ 当該ページの更新、修正を職員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な 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 事業者へのデータ提供について、確認時は PNG 形式とし、確定した最終データは PSD
形式とすること。
- ・ CMS 事業者に確定したデザインデータを提供してからのテンプレート作成期間を少なくと
も 1 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。 http://validator.w3.org/	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。 http://jigsaw.w3.org/css-validator/	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。 https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/joho _tsusin/b_free/michecker.html	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。 http://weba11y.jp/tools/cca/	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
	macOS	Firefox 最新版
		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"> ・ ページ校正 ・ ウェブサイト上の軽微な修正 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 全体の進捗管理、納品の品質担保 ・ サイト企画、設計（サイトマップ） ・ デザイン制作 ・ アクセシビリティ試験 ・ 分析報告 	<ul style="list-style-type: none"> ・ デザイン監修（CMS に搭載できるか検討） ・ 実装設計（テンプレート仕様作成） ・ コーディング ・ テンプレート作成 ・ 動作試験（適合試験を含む） ・ 納品（一部） ・ 分析報告（一部）

(別紙3)

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。