

令和8年度おおいた森づくり税 Web 等広告制作・出稿委託業務 仕様書

1 現状と目的

(1) 現状

大分県は、県土の71%を占める森林を守るため、平成18年に「大分県森林環境税（以下、同税という。）」を導入し、同税を活用して「森林環境の保全」と「森林を全ての県民で守り育てる意識の醸成」を目的とした取組を行っている。

これまで同税については、既存メディア、県ホームページ、紙媒体により認知率向上を図ってきたが、令和6年度調査での認知率は22%と低い水準にある。

また同税は、国の「森林環境税」との混同を防ぐため、第5期（1期5年）を迎える令和8年4月1日から税の名称を「大分県森林環境税」から「おおいた森づくり税（以下、同税という。）」に変更した。

(2) 目的

国の森林環境税との混同や、新たな税の創設と誤解を生むことのないように配慮した同税の新名称の定着と同税の活用実績の周知を目的として、新たな広報手段としてのWeb等広告コンテンツの制作及び配信を行う。

2 委託業務の内容

以下のとおり、デジタルマーケティングの手法によるプロモーションを実施する。

(1) 対象設定

本業務の対象者は下表のとおりとする。なお、広告配信期間中に、対象者の変更が本業務の目的を達成する上で効果的であると判断できるデータを得た場合、受託者は委託者に対象者を見直す提案を行うものとする。

地 域	大分県全域
性 別	問わない
年 代	問わない

(2) 目標設定

本業務の目標項目及び目標値は以下のとおりとする。ただし、本業務の目的を達成するうえで、より最適な目標項目等があれば提案すること。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。

目標項目	目標値
① 1人当たりの広告配信回数	10回以内
② 動画視聴時間90%以上	20%以上
③ クリック率	1.0%以上

(3) 広告運用計画の作成

受託者は次に掲げる事項を記載した広告運用計画を作成し、契約締結後速やかに委託者に提出及び説明を行い、承認を得ること。

【広告運用計画の記載事項】

(ア) 広告の運用方針

広告の運用方針を下表のとおり設定すること。

(A) 手法	デジタル媒体を用いる手法を最低2つ以上設定すること。
(B) 媒体	Google、YouTube、Instagram等から本業務に適した媒体を提案すること。
(C) 形式	ディスプレイ広告、検索連動型広告、動画広告等から本業務に適した形式を提案すること。
(D) 経費配分	(C)に係る経費配分を記載すること。
(E) 具体的な運用方法	(C)の具体的な運用方法について記載すること。
(F) 運用スケジュール	(C)の広告の掲載期間、広告間の連携等について記載すること。

(イ) 広告物の作成方針

同税が新しい税金であると誤認されない内容とすること。

(ウ) 広告効果の検証及び運用の見直し方法

(エ) 目標設定 ※前述(2)で設定したもの

(オ) その他必要な事項

(4) 広告物等の制作

下表(ア)、(イ)の広告物を必須とし、(ウ)の県ホームページにリンクさせること。また、(ウ)のページにおいて広告効果を向上させるためのレイアウトの提案や効果的なロゴ・バナー等の作成を行うこと。広告効果を向上させるために必要なものがあれば提案すること。広告物に使用する素材は、県が提供する素材の活用に加え、新たな素材の撮影を行うなど委託者と受託者が協議して定め、契約終了後も委託者が活用できるものとする。

(ア) 広告用動画	時間：5～15秒を目安とする。 内容：同税についての概要を簡潔に伝えるものを複数作成すること。 広告効果・予算効率の視点から最適な本数を選択すること。
(イ) 広告用静止画	内容：同税について、対象者の興味を引く内容のものを複数作成すること。広告効果・予算効率の視点から最適な本数を選択すること。
(ウ) 県ホームページ	上記(ア)、(イ)の閲覧者が広告内のリンク等から遷移する先は、下記のページとする。 https://www.pref.oita.jp/soshiki/16210/sinrinkankyousei.html

	最終的なページの更新は県が行うが、上記ページに記載されているリンク先に遷移を促すバナーの作成や、それらを効果的に配置したレイアウトの提案を行うこと。
--	--

(5) 広告の運用管理

事業効果の最大化を図るよう、対象者の同税への認知を向上させる広告を実施すること。広告はデジタル広告等の各手法を用い、対象者にあわせて情報発信を行うこと。手法や組合せについては提案すること。

(6) 効果測定・改善

受託者は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）ごとに分類し、各広告の運用方法の見直しについて委託者に報告・提案すること。報告・提案は初回を計測開始から2週間経過後とし、以降は月ごと実施するものとする。

(7) 広告費用

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。

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）を概ねの目安とするが、厳密にこの比率での配分を求めるものではなく、事業実施にあたって大分県と事前に協議のうえ配分を決定すること。

(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。

3 成果物及び提出物

(1) 情報発信コンテンツに使用した動画等のデータ

本業務により制作した動画等は、成果物としてデータで納品すること。なお、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、第13条第2項の規定による引渡しと同時に甲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、結果をとりまとめた報告書を提出すること。

4 その他

本仕様書に定めのない事項は、委託者と受託者で協議して決定する。

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、内容について委託者の承認を得ること。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、委託者が別途指定する「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、その内容を委託者に報告すること。
- (3) 各種設定には、内容について委託者の承認を得ること。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委託者に譲渡すること。

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、委託者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委託者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、委託者へ報告すること。

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) 委託者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、委託者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委託者が別途指定する 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、委託者に対してアナリストの権限を付与すること。
- (2) 委託者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委託者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、委託者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) 委託者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、委託者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。