

陸域由来の海洋ごみ削減啓発事業委託業務仕様書

1 業務名

陸域由来の海洋ごみ削減啓発事業委託業務

2 趣旨

周囲を海で囲まれた四国4県において、プラスチックごみ等による海洋汚染は、海洋環境や沿岸環境のみならず、水産業や観光業にも深刻な影響を及ぼす重要な課題となっている。また、海洋ごみについては、陸域由来が約8割、海域由来が約2割とされており、川ごみなど陸域由来の海洋ごみ削減は各県共通の喫緊の課題である。

このため、四国4県が連携して陸域由来の海洋ごみ削減に向け、SNS広告を活用した啓発事業を実施する。

3 事業主体

循環型社会構築四国連携協議会

(本事業の担当県(以下「担当県」という):愛媛県(循環型社会推進課))

4 委託上限額

999,000円(消費税及び地方消費税の額を含む。)

5 委託の期間

契約締結の日から令和6年3月15日(金)とする。

6 業務の内容

四国4県の各県民を対象とし、SNS広告を活用した啓発事業を次のとおり実施すること。

- (1) 広告媒体は、訴求効果が最大となるメディアを提案すること。なお、複数のメディアを組み合わせることは可能とする。
- (2) SNS広告の配信期間は、事業効果が最大となる期間を設定すること。
- (3) SNS広告の内容は、陸域由来の海洋ごみ削減を啓発するものとし、同一の素材を四国4県に共通して発信すること。ただし、複数の素材を作成することを妨げるものではない。
- (4) SNS広告はランディングページにリンクを設定すること。ランディングページは愛媛県公式HP内に担当県が作成することとするが、事業効果を高めるための具体的なページのイメージを提案すること。
- (5) ランディングページについて、事業効果を高めるために必要なページに埋め込む素材(テキストや画像等)を制作すること。
- (6) ランディングページに埋め込む素材は、陸域由来の海洋ごみ削減を啓発するものとし、四国4県に共通して発信できるものとする。なお、画像等は事業期間終了後も四国4県のHPで使用できるものが望ましい。

- (7) 四国4県の各県民の広告に対する反応を測定し、広告内容・配信対象・配信方法・ランディングページの内容等について、定期的に本業務を通じて得られた数値及び分析結果を担当県に提出するとともに、担当県と協議しながら継続的に改善を図ること。
- (8) 広告内容や画像等の決定にあたっては、担当県と十分に協議すること。
- (9) その他、事業目的を達成するために効率的かつ効果的な業務を行うこと。

7 業務計画書及び報告書の提出

- ・受託者は、契約締結後遅滞なく受託者が提案した企画提案書をもとに啓発等の具体的な業務内容について担当県と協議の上、委託契約書に定める「業務計画書」を作成して担当県に提出すること。
- ・委託業務完了後、委託契約書に定める「実績報告書」を作成し、担当県の検査を受けること。
- ・担当県は、必要がある場合は、受託者に対して委託業務の処理状況について調査し、又は報告を求めることができる。
- ・担当県は、業務実施過程で本仕様書記載の内容に変更の必要が生じた場合は、受託者に協議を申し出る場合がある。この場合、受託者は、委託料の範囲内において仕様の変更に応じること。

8 留意事項

- ・本業務の実施にあたっては、関係法令を遵守し、担当県と協議を重ねながら適切に履行すること。
- ・受託者は、本業務の全部又は一部を第三者に再委託してはならない。ただし、あらかじめ担当県の承認を受けた場合は業務の一部を再委託することができる。その場合は、再委託先ごとの業務内容、再委託先の概要及びその体制と責任者を明記の上、事前に書面にて報告し、担当県の承認を得なければならない。
- ・本業務により制作された成果品の著作権（著作権法第27条及び第28条の権利を含む。）は、完了検査をもって原則として循環型社会構築四国連携協議会及び構成する四国4県に移転する。
- ・広告物等に含まれる第三者の著作権その他全ての権利についての交渉、処理は受託者が行うこととし、その経費は委託金額に含むものとする。
- ・受託者は、担当県が認めた場合を除き、成果品に係る著作者人格権を行使できないものとする。
- ・成果品については、第三者の知的財産権を侵害していないことを保証すること。
- ・第三者が有する知的財産権の侵害の申し立てを受けた時には、受託者の責任（解決に要する一切の費用負担を含む）において解決すること。
- ・本業務の実施に際して知り得た秘密を他に漏らしてはならない。また、委託業務期間内及び委託業務期間終了後においても、当該業務で知り得た秘密、個人情報等の取扱いについて厳守すること。
- ・愛媛県デジタルマーケティングガイドラインに基づき定められている別紙「デジタルプロモーション実施時における留意事項」を遵守して実施すること。

9 その他

本仕様書に定めのない事項及び本仕様書に定める内容について疑義が生じたときは、担当県と受託者が協議のうえ、定めることとする。

上記に関わらず、明示のない事項にあっても、社会通念上必要と思われるものについては本業務とする。

デジタルプロモーション実施時における留意事項

愛媛県デジタルマーケティングガイドラインに基づき、下記の点に留意して実施すること。

1 Google アナリティクス及びGoogle タグマネージャ管理に関する業務

- (1) 本事業の PDCA サイクルの確立やオーディエンスリストの蓄積のため、各種計測タグ、リターゲティングなど、事業に関わるタグを設定すること。

2 種類の Google アナリティクス横断アカウント(愛媛県庁の複数ウェブサイトに対する横断的な計測)及び縦断アカウント(本事業に用いるウェブサイトのみ)の計測)のトラッキングコード、Google アナリティクスイベントトラッキング・目標設定用のタグ、受託者の Google 広告アカウントで発行する Google 広告リマーケティングタグ、コンバージョントラッキング、コンバージョンリンカー、愛媛県公式の Facebook ビジネスマネージャで発行する Facebook ピクセル、その他サードパーティタグ等

- (2) 上記の各種タグについては、愛媛県及び「(HP 名称)」の管理運営業務の受託者と協議の上、愛媛県公式の Google タグマネージャ上に別途発行するコンテナを活用して、設定を行うこと。
- (3) 事業の目的を定義するため、愛媛県及び「(HP 名称)」の管理運営業務の受託者と協議の上、ウェブサイトの目標を縦断 Google アナリティクス上で設定すること。
- (4) 「(HP 名称)」の管理運営業務の受託者と協議の上、事業におけるタグ活用が確実に行われるよう、愛媛県公式の Google タグマネージャ上でのタグ・トリガーアクションの設定、タグの発火テストを実施すること。
- (5) アプリを利用する場合、アプリの利用状況や広告経由のインストール数について、Google タグマネージャ及び Firebase 向け Google アナリティクスを用いて、目的の達成度合いを効果検証すること。

2 適正なデジタルプロモーションの実施

- (1) 広告価値毀損の課題「アドフラウド」「ブランドセーフティ」「ビューアビリティ」について、愛媛県の信用失墜やブランド毀損となる場所への広告掲載は必ず避ける、アドベリフィケーションツールを採用するなど、可能な限り愛媛県に対する透明性を確保の上、確実な対策を行うこと。
- (2) 愛媛県が示す事業目的に応じて CPM 課金、CPC 課金やその他の課金方式を選択して提案可能とする。広告媒体のうち、バナー広告等の CPM 課金型(インプレッション単価制)ディスプレイ広告を実施する場合には、vCPM 課金型(viewable インプレッション単価制)が可能であ

ば優先的に採用すること。その採用が困難な場合には、愛媛県にその事情を説明・協議の上、代替案を決定すること。

- (3) 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。
- (4) 縦断 Google アナリティクスで広告効果を取得するため、愛媛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し、訪問者データを蓄積すること。
- (5) 広告媒体から着地するウェブサイトを経た目標完了等までを一体のユーザー導線として捉え、その総合的な動向や結果をもたらした要因や将来に向かった改善策を最終レポートとして必ず記載すること。

3 Facebook 広告を利用する場合

- (1) 愛媛県公式の Meta ビジネススイートと愛媛県が別途指定する Facebook ページ、Instagram アカウントや受託者の広告アカウントを紐付けること。
- (2) Facebook 広告を展開する場合は、愛媛県に対して「広告アカウントの管理」の権限を付与すること。なお、受託者の Facebook 広告アカウントとのリンク後、愛媛県は支払及び配信設定に関する操作は実施せず、愛媛県公式の Meta ビジネススイート以外への接続も行わない。
- (3) Facebook ピクセルの取扱いについては、「1」の記載のとおりとする。なお、事業目的に応じて最適なイベントピクセルの提案や、カスタムオーディエンスを設定すること。
- (4) Facebook が提供する無料調査（「リフトテスト」等）が利用できる場合には、愛媛県とその調査項目等を協議の上、必ず調査を実施すること。
- (5) サイト訪問後の行動を目的とする事業の場合、目的を達成した地点をコンバージョンとしてイベント測定を行い、広告配信の最適化対象をコンバージョンと設定し、最適な広告運用に務めること。

4 Google 広告を利用する場合

- (1) 本事業専用に広告アカウント新規開設すること。
- (2) Google 広告を運用する場合には、愛媛県公式の MCC（マイクライアントセンター）アカウントと受託者の Google 広告アカウントをリンクすること。なお、受託者の Google 広告アカウントへのリンク後、愛媛県は支払及び配信設定に関する操作は実施せず、愛媛県公式の MCC 以外への接続も行わない。
- (3) 受託者の広告アカウントと縦断 Google アナリティクスを連携すること。受託者の Google 広告アカウント及び縦断 Google アナリティクスアカウントそれぞれで、効果的と考えられるリマーケティングタグ、リマーケティングリストを設定し、共有すること。
- (4) リマーケティングタグの取扱いについては、「1」の記載のとおりとする。
- (5) 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、愛媛県とその調査項目等を協議の上、必ず調査を実施すること。

- (6) サイト訪問後の行動を目的とする事業の場合、目的を達成した地点をコンバージョンとして測定を行い、広告配信の最適化対象をコンバージョンと設定し、最適な広告運用に務めること。

5 Yahoo! 広告を利用する場合

- (1) 本事業専用に広告アカウント新規開設すること。
- (2) Yahoo! 広告を運用する場合には、愛媛県公式の MCC (マイクライアントセンター) アカウントと受託者の Yahoo! 広告アカウントをリンクすること。なお、受託者の Yahoo! 広告アカウントへのリンク後、愛媛県は支払及び配信設定に関する操作は実施せず、愛媛県公式の MCC 以外への接続も行わない。
- (3) 受託者の Yahoo! 広告アカウントで、効果的と考えられるマーケティングタグ、ターゲティングリストを設定し、共有すること。
- (4) リマーケティングタグの取扱いについては、「1」の記載のとおりとする。
- (5) サイト訪問後の行動を目的とする事業の場合、目的を達成した地点をコンバージョンとして測定を行い、広告配信の最適化対象をコンバージョンと設定し、最適な広告運用に務めること。

6 その他広告媒体を利用する場合

- (1) Facebook 広告又は Google 広告、Yahoo! 広告以外の広告媒体を活用する場合においても、原則として両媒体と同様の対応を行うこと。
- (2) 広告の閲覧権の付与について愛媛県がやむを得ないと認めるに足る事情があると考えられる場合には、愛媛県と協議の上、代替案を決定すること。
- (3) 各媒体などとタイアップ企画コンテンツを制作する場合は、同コンテンツ内に愛媛県が指定するリターゲティング用のタグを設定し、訪問者データを蓄積するよう務めること。

7 動画制作・動画広告を実施する場合

愛媛県が今後中期的なデジタルプロモーションを行うことを念頭に、動画視聴者のアクセス情報を蓄積すること (動画視聴者リマーケティングリスト作成等)。

8 7において YouTube を利用する場合

- (1) 作成した動画は愛媛県が運営する YouTube チャンネルへ掲載を行うこと。
- (2) 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い、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利用するために、YouTube チャンネルと受託者の Google 広告アカウントをリンクさせること。

9 その他

- (1) 欧州経済領域 (EEA) 域内から域外へ個人データの移転を行う場合は、EU 一般データ保護規則 (GDPR : General Data Protection Regulation) コンプライスへの対応を受託者において検討の上、対策を行うこと。
- (2) 各種アカウント作成及び設定時には、内容について愛媛県の承認を得ること。また、当該アカウントについては、事業完了後に一切の権利を愛媛県に譲渡すること。