

別記 1

デジタルプロモーション実施時における留意事項

1 広告媒体及びGoogle Analyticsのアカウント管理に関する業務

- ・愛媛県と協議の上、新たに構築するウェブサイトについて、愛媛県が別途指定するGoogle Analyticsの親アカウントにプロパティIDをリンクさせること。
- ・愛媛県と協議の上、本事業のPDCAサイクルの確立のため、別途愛媛県が指定する効果検証ツールのタグ設定を行うこと（ウェブサイトや広告媒体に対して設定することを想定している）。
- ・各種アカウント作成時には、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。

2 適正なデジタルプロモーションの実施

- ・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。
- ・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）が可能であれば優先的に採用する。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。
- ・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。
- ・ウェブサイトのGoogle Analytics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。
- ・また、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。

3 Google広告を利用する場合

- ・愛媛県公式のMCC（マイククライアントセンター）にリンクすること。
- ・ウェブサイトのGoogle Analyticsとリンクすること。
- ・Google広告アカウント及びGoogle Analytics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。
- ・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、必要に応じて調査を実施すること。

4 Facebook広告を利用する場合

- ・愛媛県公式のFacebookビジネスマネージャーと愛媛県が別途指定するFacebookページや広告アカウントをリンクすること。
- ・Facebook広告を展開する場合は、愛媛県に対してアナリストの権限を付与すること。
- ・ウェブサイト訪問者に対するFacebookリマーケティングの設定を行うこと。

5 その他広告媒体を利用する場合

- ・Google広告又はFacebook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。
- ・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。

6 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）。

7 6においてYouTubeを利用する場合

- ・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。
- ・上記について、国内向け配信を行う場合は、愛媛県の観光・移住・物販等をプロモーションするため、より生活者目線のブランドチャンネルを作成すること。チャンネル作成に必要な設定業務（アイコン設定、チャンネルアート、チャンネルの設定など）を適切に行うこと。
- ・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。
- ・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Google広告アカウントをリンクさせること。

8 その他

- ・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）コンプライアンスへの対応を受託者において検討の上、対策を行うこと。