

業務仕様書

1 業務名

えひめ結婚支援センターデジタルマーケティング業務

2 業務の目的

愛媛県では、少子化の主たる原因である未婚化・晩婚化の解消を図るため、えひめ結婚支援センターを開設し、結婚支援イベントの開催や個別のお引合せ（お見合い事業）等を通じて、結婚を望む男女に出会いの場を提供しており、令和3年度からは、オンライン婚活を主軸に置き、居住エリアにとらわれない新しいリモート型の結婚支援を強化している。

本業務では、デジタルマーケティングの手法を活用して、効果的な情報発信を行い、県内外の20代の方を中心にえひめ結婚支援センターへの新規会員登録の促進及びオンライン婚活への参加促進を図ることを目的とする。

3 委託期間

契約締結の日から令和5年3月24日まで

4 委託料上限額

9,240,000円（消費税及び地方消費税額を含む）

5 業務内容

業務内容は、次の（1）から（7）のとおりとし、愛媛県及びえひめ結婚支援センターと連携しながら実施すること。

また、受託者は、デジタルマーケティングにかかる企画、交渉、調整、諸手続き、各種手配等の一切の業務を行うものとする。

なお、取組みの効果を検証し、愛媛県及びえひめ結婚支援センターへ報告すること。

（1）業務管理

- ・えひめ結婚支援センターの取組みを理解した上で、各種業務をディレクションすること。
- ・全体の作業スケジュールの素案を示すこと。

（2）ターゲティング

- ・本業務は、県内外の主に20代の会員獲得を目的として、デジタ

ルマーケティングを展開してきた。提案者は、本業務の事業効果の最大化を図るため最適と考えられるターゲット像を検討の上、提案すること。

【参考】

昨年度のデジタルマーケティングの実績においては、以下の県外のターゲット像が導き出された。

27歳の香川県在住の男性会社員、独身、興味関心は、マッチングアプリや夜の夕食、フィットネス、転職

(3) 数値目標

- ・本業務の目標として、次の2項目について、この数値を下限とする目標 KPI を設定すること。
 - ①20代新規会員登録数：500名
 - ②県外在住新規会員登録数：100名
- ・リーチ数、クリック数のみならずコンバージョン数、エンゲージメント数（フォロワー数、いいね数）でも検証できるよう、事業の目的に応じて Web サイト・SNS 上の目標 KPI について、対前年比を目標 KPI として提案すること。
- ・その他、成果を分析するために有効な指標で、別途提案するものがあれば、その効果検証のスキームや目標 KPI を提示すること。
- ・目標 KPI で示した各種値を達成した場合も、予算の限り事業効果の最大化を目指して事業を継続すること。

(4) オンライン広告の利用

ア クリエイティブの作成

- ・広告クリエイティブについては、公序良俗に反しないものであって、オンライン婚活の開催周知、会員登録の促進など目的に応じて訴求すべき内容を検討し、広告効果の最大化を図る上で最適なクリエイティブを提案すること。なお、制作物は、本事業終了後も愛媛県が配信及び使用できるものとする。
- ・広告接触後に、会員登録のみにとどまることなく、オンライン婚活への参加意欲を喚起し、独自性のあるブランドやイメージを形成するような内容とし、認知の向上効果が見込まれるものとする。
- ・昨年度事業で作成したクリエイティブについて、成果向上が見込まれる場合は、愛媛県と協議のうえ活用すること。

【参考：令和3年度事業作成ランディングページ】

ひめ ring 特設ホームページ

<https://www.msc-ehime.jp/lp/>

- 提案内容に応じて、選択したプラットフォームに広告を最適化するための動画、画像、コピーライティングの編集についても実施すること。

イ 広告配信

- 広告媒体や配信方法については、本業務の事業効果の最大化を図るため最適と考えられる媒体（複数の媒体の組み合わせも可）を選定の上、提案すること。
- なお、昨年度事業において、事業成果と親和性が高かった広告・媒体は、以下の通り。

①検索連動型広告（Google 広告、Yahoo!広告）

②SNS 広告（Twitter 広告、Instagram 広告）

- 広告配信は、リーチ数、クリック実績やエンゲージメント・コンバージョン実績などの広告への反応を比較検証しながら、ターゲットに集中的に広告を配信していくことで、事業効果の最大化を図ること。
- 広告効果の最大化を図る上で、愛媛県の関連ホームページの訪問者データ等を活用した配信が有効と考えられる場合は、愛媛県と協議のうえ、戦略的に実施すること。なお、当該データについては、契約後に提供するものとする。

ウ オウンドメディア及び各種 SNS の活用

- えひめ結婚支援センターWeb サイト及び各種 SNS との組み合わせにより、ターゲットの情報接触頻度を向上させ、ターゲットとの関係構築を図ること。
- なお、オウンドメディア及び各種 SNS のコンテンツ制作・更新・運用を実施する場合は、愛媛県、えひめ結婚支援センター及び必要に応じて「えひめ結婚支援センターWeb サイト」の管理運営業務の受託者と十分協議すること。

【現状の Web サイト及び SNS アカウント】

- えひめ結婚支援センターWeb サイト「ひめ ring」
<https://www.msc-ehime.jp/>
- Facebook 「えひめ結婚支援センター」
<https://www.facebook.com/msc.ehime/>
- Instagram 「えひめ結婚支援センター」
<https://www.instagram.com/ehimekekkonshien/>
- Twitter 「えひめ結婚支援センター」
<https://twitter.com/ehimekekkonsien>
- ブログ 「えひめ結婚支援センター スタッフブログ」

<https://ameblo.jp/msc-ehime/>

- YouTube 「えひめ結婚支援センター」

https://www.youtube.com/channel/UCVyXH_MTPbVs_r_pknypSqMA

エ PDCAの実施

広告配信期間を通じて、PDCAサイクルを回しながら、広告内容、配信対象、配信方法、オウンドメディア及びSNS内容等について、愛媛県と協議しながら、継続的に改善を図ること。

(5) 効果測定及び報告業務

- 効果検証スキームについて、概要や考え方を踏まえ、愛媛県と受託者で協議の上、決定するものとする。
- 事業効果を把握するために必要な効果検証方法を検討すること。
- 広告配信状況や Web サイトのアクセス分析を行い、月次でレポートを作成し、提出すること。
- 本業務について、広告の表示回数、動画の視聴回数、視聴者の属性（年齢、地域、特性等）や広告からの Web サイト誘導状況や会員登録状況等を分析しながら、事業の中間状況に応じてターゲットの変更、絞り込み等改善策を愛媛県と協議の上、実施すること。
- 広告配信完了後に、事業の結果分析及び今後の展開について改善提案を盛り込んだ分析結果報告書を、速やかに提出すること。

(6) 結婚支援施策におけるデジタルマーケティングの手法活用モデルの確立

(1)～(5)を通じて得られた知見を踏まえ、結婚支援施策の推進において、デジタルマーケティングの手法を活用する取組みの確立を図ること。

(7) 留意事項

本業務は、別記「デジタルプロモーション実施時における留意事項」に基づき実施すること。

6 事業計画書及び報告書の提出

- (1) 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、具体的な業務内容について愛媛県と協議の上、委託契約書に定める「事業計画書」を作成して愛媛県に提出すること。
- (2) 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、愛媛県の検査を受けること。
- (3) 愛媛県は、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。

- (4) 愛媛県は、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。

7 再委託の可否

受託者は、業務の一部を第三者に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、愛媛県の承諾を得なければならない。

8 成果の帰属及び秘密保持

(1) 成果の帰属

受託者が本業務で制作した制作物の著作権及び使用権は、原則として、愛媛県に帰属する。

(2) 秘密保持

ア 本業務に関し、受託者から愛媛県に提出された計画書等は、本業務以外の目的で使用しない。

イ 本業務に関し、受託者が愛媛県から受領又は閲覧した資料等は、愛媛県の了解なく公表又は使用してはならない。

ウ 受託者は、本業務で知り得た業務上の秘密を保持しなければならない。

9 個人情報の保護

個人情報の保護については、愛媛県個人情報保護条例（平成 13 年 10 月 16 日愛媛県条例 41 号）に準じて取り扱うこととし、受託者は本業務（再委託した場合を含む。）を履行する上で、個人情報を扱う場合は愛媛県個人情報保護条例及び別記「個人情報取扱特記事項」を遵守しなければならない。

なお、受託業務の従事者が個人情報の漏えい等を行った場合には、愛媛県個人情報保護条例の規定に基づき処罰される場合がある。

おって、疑義がある場合は愛媛県に協議することとする。

10 その他

業務の実施にあたっては愛媛県と受託者双方が協議を重ねながら実施するものである。

(別記)

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路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）が可能であれ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け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 Facebook ビジネスマネージャ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 FB ビジネスマネージャ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（マイクロ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マーケティングタグ、マーケティングリストを設定し、共有すること。
- (4) 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（マイクロ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。

(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。

(別記)

<甲：愛媛県、乙：受託者>

個人情報取扱特記事項

(基本的事項)

第1 乙は、個人情報保護の重要性を認識し、この契約による業務の実施にあたっては、個人の権利利益を侵害することのないよう、個人情報の取扱いを適正に行わなければならない。

(秘密の保持)

第2 乙は、この契約による業務に関して知り得た個人情報をみだりに他に漏らしてはならない。この契約が終了し、又は解除された後においても、同様とする。

2 乙は、この業務に従事している者に対して、在職中及び退職後において、この契約による業務に関して知り得た個人情報をみだりに他人に知らせ、又は不当な目的に使用してはならないこと、これに違反した場合は、愛媛県個人情報保護条例の規定に基づき処罰される場合があることその他個人情報の保護に必要な事項を周知するものとする。

(収集の制限)

第3 乙は、この契約による業務を行うために個人情報を収集するときは、業務を達成するために必要な範囲内で、適法かつ公正な手段により行わなければならない。

(適正管理)

第4 乙は、この契約による業務に関して知り得た個人情報の漏えい、滅失及びき損の防止その他の個人情報の適切な管理のために必要な措置を講じなければならない。

(利用及び提供の制限)

第5 乙は、甲の指示又は承認があるときを除き、この契約による業務に関して知り得た個人情報を契約の目的以外の目的に利用し、又は提供してはならない。

(複写、複製の禁止)

第6 乙は、この契約による業務を処理するために甲から提供された個人情報記録された資料等を、甲の承諾なしに複写し、又は複製してはならない。

(再委託の禁止等)

第7 乙は、この契約による個人情報を取り扱う業務を第三者に委託してはならない。ただし、あらかじめ甲の書面による承諾を受けたときは、この限りでない。

2 乙は、甲の承諾により第三者に個人情報を取り扱う業務を再委託する場合には、甲が乙に求めた個人情報の保護に関し必要な措置と同様の措置を当該第三者に求めなければならない。

3 乙が甲の承諾により第三者に個人情報を取り扱う業務を再委託したときは、委託業務に係る当該第三者の行為は、乙の行為とみなす。

(資料等の返還等)

第8 乙は、この契約による業務を処理するため甲から提供を受けた個人情報記録された資料等は、業務完了後直ちに甲に返還するものとする。ただし、甲が別に指示したときは、その指示に従うものとする。

2 乙は、この契約による業務を処理するため乙自らが収集し、又は作成した個人情報記録された資料等は、業務完了後速やかに、かつ確実に廃棄又は消去するものとする。ただし、甲が別に指示したときは、その指示に従うものとする。

(個人情報の運搬)

第9 乙は、この契約による業務を処理するため、又は業務完了後において個人情報記録された資料等を運搬するときは、個人情報の漏えい、紛失又は滅失等を防止するため、乙の責任において、確実な方法により運搬しなければならない。

(実地調査)

第10 甲は、乙がこの契約による業務に関して取り扱う個人情報の管理の状況について、随時実地に調査することができる。

(指示及び報告等)

第11 甲は、乙がこの契約による業務に関して取り扱う個人情報の適切な管理を確保するため、乙に対して必要な指示を行い、又は必要な事

項の報告若しくは資料の提出を求めることができる。

(事故報告)

第 12 乙は、この契約に違反する事態が生じ、又は生じるおそれがあることを知ったときは、速やかに甲に報告し、甲の指示に従うものとする。

(損害賠償)

第 13 乙は、その責めに帰すべき事由により、この契約による業務の処理に関し、個人情報の取扱いにより甲又は第三者に損害を与えたときは、その損害を賠償しなければならない。再委託先の責めに帰する事由により甲又は第三者に損害を与えたときも同様とする。

(契約の解除)

第 14 甲は、乙がこの個人情報取扱特記事項に違反していると認めたときは、この契約の全部又は一部を解除することができる。