

業務仕様書

1 業務名

南予レクリエーション都市公園魅力発信業務

2 業務の目的

南予の豊かな自然を活用して整備された南予レクリエーション都市公園（以下、「南レク公園」とする。）は、昭和51年4月の第1号公園（こども広場）、第3号公園（おおもり児童公園）を皮切りに順次施設利用を開始しており、現在は第1～7号の6公園（2号は未開設）を開設している。

平成元年度には年間約80万人を集客した広域都市公園であるが、公園開設から40年以上経過し、施設の老朽化や魅力ある施設（御荘湾ロープウェイ、宇和海展望タワー等）の休止・廃止などにより、来園者数は減少傾向となっている。

このような状況の中、平成24年度には宇和島圏域で『自然に癒され心身ともに元気になれる「えひめ南予いやし博』』、また、平成28年度には南予全域で『豊かな自然や街並みなどの“いやし”を感じる「愛媛いやしの南予博』』を開催し、コロナ禍の影響を受ける前までは減少傾向に歯止めがかかり、来園者数は横ばいの傾向にあった。

しかし、南レク公園を取り巻く社会情勢の変化に対応し来園者数を増加させるためには、本年度に実施される「えひめ南予きずな博」を好機ととらえ、コロナ禍による「新しい生活様式」のもと、人々の外出ニーズに対応できる南レク公園について積極的にPRし、集客効果の高い核となる施設を絞った新たな客層の取り込みや、一層のリピート頻度向上が不可欠である。

そこで、本業務では、知名度の低さにより利用が低迷している南レク公園について、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、公園全体の認知度向上を図り、来園者を増加させることを目的とする。

3 委託期間

契約締結の日から2022年3月25日まで

4 委託料上限額

3,950,000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(1)から(8)のとおりとし、愛媛県及び指定管理者(南レク(株))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、諸手続き及び各種手配等の一切の業務を行うものとする。

なお、取り組みの効果を検証し、愛媛県及び指定管理者(南レク(株))へ報告すること。

(1)業務管理

- 指定管理者(南レク(株))の取り組みを理解したうえで、各種業務をディレクションすること。
- 全体作業スケジュールの素案を示すこと。
- なお、令和3年度における南レク公園のイベントスケジュールや、特徴的な取組は別紙のとおり。

(2)ターゲティング

- 本業務は、来園者数増加を目的としており、南レク公園訪問者の主要なターゲットとして、主に県内及び近隣県在住のファミリー層を想定しているが、提案者は、現在の南レク公園の現状分析も踏まえて、事業効果の最大化を図るために最適と考えられるターゲット層を検討の上、提案すること。

(3)数値目標

- 南レク公園における令和2年度の年間来園者数は19万人であるが、令和3年度においては、年間来園者数36.7万人を目標としている。
- 上記を踏まえて、本業務の成果を分析するために有効な指標について、効果検証スキームや目標KPIを提示すること。
- リーチ数、クリック数のみならずコンバージョン・エンゲージメント実績(フォロワー数、いいね数)でも検証できるよう、事業の目的に応じた目標KPIを提案すること。
- 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、配信

- 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。
- 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

て、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及び指定管理者（南レク(株)）が配信及び使用できるものとする。

- 広告接触後に、南レク公園への来園意欲を喚起し、ブランド認知の向上効果が見込まれるものとする。
- 動画（1～3分程度を想定）については、南レク公園の広報に加え、南予地域の魅力を発信する、独自性のある内容とすること。なお、動画作成については、新規作成を原則とするが、南レク(株)で過去に制作した公園紹介用の動画素材を活用する場合は、必要に応じて提供するので申し出ること。なお、ターゲットを念頭に、関心の有無に関わらず、感覚的に見入ってしまうことが期待されるものとする。

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、実際に利用する媒体については、提案内容を踏まえて、愛媛県と受託者で協議の上、決定する。
- 広告配信は、リーチ数、クリック数やコンバージョン・エンゲージメント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、南レク(株)が運営する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

- 南レク公園ホームページを中心に据え、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・運用にあたっては、愛媛県及び南レク株式会社と十分協議すること。

【現状の Web サイト及び SNS アカウント】

- 南レク(株) Web サイト「南レク」
<http://www.nanreku.jp/>
- なんなんちゃん Facebook
<https://m.facebook.com/nannannchan/>

- Instagram 「南樂園」
https://www.instagram.com/nanreku_official/
- アメブロ 「南樂園花日記 スタッフブログ」
<https://ameblo.jp/nanreku/entry-12673682840.html>
- YouTube 「nanreku」
<https://www.youtube.com/user/nanreku>
- YouTube 「Nanrakuen Nanreku」
https://www.youtube.com/channel/UCMVTk68YxEFR_4QP_L_g-Nw/featured

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、オウンドメディアの内容等について、愛媛県と協議しながら、継続的に改善を図ること。

(5) デジタルサイネージ広告の利用

- (4)で制作した動画等データから、デジタルサイネージで使用可能な状態に編集・加工し、装てんして納品すること。また、公園紹介用の資料についても同データから印刷し、ポスタースタンドにセットして掲示できる状態で納品すること。納品数量等については、デジタルサイネージ（画面サイズ55インチ・業務用傾斜型スタンドセット：4基）及びパネルスタンド（A1サイズ・転倒防止ポスタースタンド低反射パネル：13台）を想定しているが、愛媛県と協議の上確定することとする。

(6) 効果測定及び報告義務

- 効果検証スキームについて、概要や考え方を提示し、これらを基礎資料として、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。
- 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サイト誘導状況等を分析しながら、事業の中間状況に応じてターゲティングの変更、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。

(7) デジタルマーケティングの手法を活用した南レク公園来園者増加策の確立

- (1)～(6)の業務を通じて得られた知見を踏まえ、デジタルマーケティングの手法を活用した南レク公園来園者増加施策の確立

を図ること。

(8) 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) 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、愛媛県及び南レク(株)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。

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 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 その他広告媒体を利用する場合

- (1) Facebook 広告又は Google 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。

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

- (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。

8 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。