

「ベリーツ」情報発信委託業務 仕様書

1 業務の目的

本業務は大分県独自品種の育成により創出されたいちご新品种「ベリーツ（大分6号）」を主要取引市場及び周辺地域に広く認識させ、これまでの大分いちごを上回るブランドイメージを作り上げ、より優位な販売を促すために効果的な情報発信を実施するもの。

2 委託期間

契約締結の日から令和5年3月31日まで

3 委託業務の内容

(1) 本業務のターゲット等の設定、見直しの提案

- ・本業務におけるターゲットの考え方は下記表に示すとおりとする。

地域	関西地区（主に京都市）、大分県
性別	男女問わず
年代	幅広い年代
興味関心	スイーツに興味がある方や、百貨店などでの買い物を中心の富裕層
実施期間	ベリーツの出荷が始まる令和4年11月頃～令和5年3月

- ・本業務において、ターゲットに起こしてもらいたい行動変容は下記表に示すとおりとする。

行動変容	<p>誕生日などのお祝い、頑張った自分へのご褒美、大切な人へのプレゼントなど、特別な日に食べるいちごとして、多数存在するブランドいちごの中から、ベリーツを選択してもらう。</p> <p>そのために、以下のような情報発信を行うこと。</p> <p>①話題性のあるイベントを含む情報発信</p> <p>大分県オリジナルいちご「ベリーツ」の認知度を大幅に向上させ、ベリーツファンを確実に獲得し購買意欲を喚起するため、消費者やマスコミなど多くの人へ伝わるような話題性のあるイベントを企画すること。</p> <p>②ブランドイメージである高級感を活かした情報発信</p> <p>ベリーツの「ハレの日に喜んで選んでもらういちご」という基本的なブランドイメージを最大限に活かして、高単価を狙えるギフトアイテムの購入意向向上のためのコンセプト作りやイメージ戦略に基づく、効果的かつクリエイティブな情報発信を企画すること。</p> <p>③販売促進対策と連携した情報発信</p> <p>情報発信とは別に、「全農おおいた」が実施する販売促進対策（百貨店でのフェアや量販店でのキャンペーン）と連動し、マスメディアやSNSでタイムリーかつ効果的に情報発信を行い、消費拡大に繋げること。</p>
------	--

	<p>※情報発信に当たっては効果的な発信ができるようなツールの作成も併せて行うこと。情報発信ツール作成内容や情報発信方法については、「The・おおいた」ブランド流通対策本部（以下「流対本部」という）職員と協議すること。</p>
--	---

・ターゲットに対して広告を配信した結果、想定とは異なるエリア、年齢等をターゲットとすることが本業務の目的を達成するためにより効果的であると判断できるデータの蓄積があった場合は、その根拠とともに流対本部に対して助言及び提案を行い、ターゲットの見直しについて協議するものとする。

（２）目標の設定

- ・本業務の目的を達成するうえで、目標項目と目標値を具体的に設定し、その内容を提案書に記載すること。
- ・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。

（３）受託者による情報発信運用計画の作成

- ・次に掲げる事項を盛り込んだ「ベリーツ情報発信運用計画」を作成し、契約締結後速やかに流対本部に提出し、説明のうえ、承認を得ること。

【広告運用計画に盛り込むべき事項】

（ア）本業務を通じたカスタマージャーニー

本業務におけるターゲットを元に本業務を通じたカスタマージャーニーを設定する。

（イ）事業期間を通じた情報発信の運用方針

カスタマージャーニーに基づき、以下を設定する。

- A) 情報発信手法（デジタル広告、アナログ広告等）
- B) 掲出プラットフォーム、イベント（Google、Facebook、新聞等）
- C) 各情報発信（ディスプレイ広告、検索連動型広告、動画広告等）
- D) 各情報発信（上記C）の経費配分バランスの方針
- E) 各情報発信（上記C）の具体的な運用方法
- F) 運用スケジュール（後述（５）参照）

（ウ）情報発信コンテンツ（広告クリエイティブ）の作成方針（後述（４）参照）

（エ）情報発信効果の検証及び運用の見直し方法

（オ）目標設定（前述（２）参照）

（カ）その他必要な事項

(4) 情報発信コンテンツ（広告クリエイティブ）の制作

- ・ターゲットに対して、起こしてもらいたい行動変容を促す広告クリエイティブを制作すること。
- ・情報発信結果等からターゲットのニーズ等についての検証を行うことを考慮し、その検証に必要となる形で広告クリエイティブを複数制作すること。
- ・パソコン、スマートフォン、タブレットで閲覧されることを念頭に制作すること。

(5) 情報発信の運用管理

- ・業務（4）で制作する広告クリエイティブを用いて、情報発信運用計画に基づいて、事業効果の最大化を図るよう、SNS、WEB 広告、TV、イベント等への情報発信を実施すること。使用するメディアやツール等（情報発信期間・回数・場所等含む）は提案すること。
- ・情報発信費用は上記の手法全体で 500 万円以上とし、委託金額の中に含むこと。広告期間は令和 5 年 3 月 31 日までとする。
- ・透明性確保、費用対効果の明確化のため、情報発信費用のうち、広告媒体（イベント含む）原価と管理運用費は分けて見積もること。

(6) 効果測定、改善

- ・本業務により情報発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）ごとに適宜分析しながら、検索広告、ディスプレイ広告におけるキーワード等設定の見直しについて、流対本部に協議すること。特に、計測開始から 2 週間経過後、初動の結果報告や今後の対策についての説明を会議等により行うこと。
- ・情報発信の運用状況及びそれに基づく分析結果、運用の見直し方法及び結果等について、情報発信開始後、1 月に 1 回以上月次報告書としてとりまとめを行い、流対本部に報告すること。
- ・報告の際、必要に応じて運用の見直し等についての提案を行うこと。なお、提案は理解しやすいものを必須とし、理解が難しいものは再提出を指示する。
- ・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。

4 成果物及び提出物

(1) 広告クリエイティブ

- ・本業務により制作した広告クリエイティブは、制作完了後、データにて納品すること。なお、本業務により制作した画像の著作権の取扱いは、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。
 - ・流対本部は、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、流対本部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

- ・情報発信業務の完了後、以下の内容を含んだ報告書を提出すること。
 - (ア)本業務にかかる効果検証分析レポート
 - (イ)本業務の分析結果により、来年度以降のターゲティング案とプロモーション戦略について、改善案と示唆

5 支払方法

委託業務完了後に受託者からの請求に基づいて行う。

6 その他業務実施上の条件

- (1) 受託者は、関係法令を遵守すること。本件に使用する映像、イラスト、写真、その他資料等について、第三者が権利を有するものを使用する場合、第三者との間で発生した著作権その他知的財産権に関する手続や使用権料等の負担と責任は、全て受託者が負うこと。
- (2) 受託者決定から契約締結の間に流対本部と契約内容を詳細に協議すること。
- (3) 本業務において制作するイラスト、写真データ等について、著作権、その他一切の権利は流対本部に帰属することとする。
- (4) 受託者は、本業務を行うにあたり、業務上知り得た秘密を他に漏らし、または自己の利益のために利用することはできない。また、委託業務終了後も同様とする。
- (5) 本業務の遂行にあたり、疑義が生じた場合は、流対本部と十分協議すること。

別紙

ベリーツ情報発信業務実施時における留意事項

1 Google Analytics のアカウント管理に関する業務

- (1) 当事業に関連するウェブサイトには、「本業務用 Google Analytics」の導入を必須とする。
- (2) 本業務用に導入した「本業務用 Google Analytics」上で、本施策における目標設定を行うこと。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) 各種アカウント作成時には、内容について「The・おおいた」ブランド流通対策本部（以下「流対本部」という）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流対本部に譲渡すること。

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) 当事業に関連するウェブサイトには、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、流対本部が別途指定する「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、その内容を流対本部に報告すること。
- (3) 各種設定には、内容について流対本部の承認を得ること。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流対本部に譲渡すること。

3 適正な情報発信の実施

- (1) 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。
- (2) 「本業務用 Google Analytics」で施策効果を取得するため、流対本部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。
- (3) 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流対本部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。
- (4) 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、流対本部へ報告すること。

4 Google 広告を利用する場合

- (1) Google 広告運用を行う際は、大分県公式の MCC (マイク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) 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リマーケティングリストを設定し、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、流対本部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 SNS 広告を利用する場合

- (1) 大分県公式 SNS のビジネスマネージャーや流対本部が別途指定する SNS ページに広告アカウントをリンクすること。
- (2) SNS 広告を展開する場合は、流対本部に対してアナリストの権限を付与すること。
- (3) ウェブサイト訪問者に対する SNS のリマーケティングの設定を行うこと。

6 動画制作・動画広告を実施する場合

- (1) 流対本部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。
- (2) 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。
- (3) 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。

7 その他

- (1) 広告運用に利用する各媒体の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 Cookie 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。