

デジタルプロモーション実施時における留意事項

岡山県中山間・地域振興課

県と受託者で協議の上、以下の業務を行うこと。

1 Google Analytics のアカウント管理に関する業務

- (1) 本業務用に導入した Google Analytics 又は各事業担当課で導入している Google Analytics (以下「本業務用 Google Analytics」という。) 上で、本事業における目標設定を行うこと。
また、最終レポートにてその結果について、要因・改善策を必ず記載すること。
- (2) 各種アカウント作成時には、内容について県の承認を得ること。また、本事業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県に譲渡すること。

2 岡山県 Google タグマネージャーの管理に関する業務

- (1) 本事業に関連するウェブサイトには、各種計測タグ、リターゲティングなどの施策に関わるタグを導入する際は、県が別途指定する「岡山県 Google タグマネージャー」を活用し、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、「岡山県 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、その内容を県に報告すること。
- (3) 各種設定には、内容について県の承認を得ること。また、「岡山県 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県に譲渡すること。

3 適正なデジタルプロモーションの実施

- (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」で事業効果を取得するため、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及びデータの蓄積を行うこと。
- (3) 本事業に関連するウェブサイトには、同ウェブサイト内に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。なお、タグの設定は、原則として「岡山県 Google タグマネージャー」のコンテナ内で行うこと。

4 Google 広告を利用する場合

- (1) Google 広告運用を行う際は、県公式の MCC (マイ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、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、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。

5 SNS 広告を利用する場合

- (1) 県公式 SNS のビジネスマネージャーや県が別途指定する SNS ページ等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、県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) 県が今後もデジタルプロモーションを行うことを考慮し、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 を利用する場合は、作成した動画は県が運営する YouTube チャンネルへ掲載を行うこと。なお、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を分析するため、又は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。