

鹿児島県デジタルプロモーション実施時における留意事項

公益社団法人鹿児島県観光連盟

公益社団法人鹿児島県観光連盟（以下、県観光連盟）及び受託者で協議の上、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こと

- (1) 本事業用に導入した Google Analytics 上に、本事業における目標設定を行うこと。また、その結果を分析の上、改善策を最終レポートに必ず記載すること。
- (2) 各種アカウント作成時は、県観光連盟の承認を得ること。また、本事業において作成したアカウントは、事業完了後、一切の権利を県観光連盟に譲渡すること。

2 鹿児島県 Google タグマネージャーの管理に関すること

- (1) 本事業に関連するウェブサイトに、各種計測、リターゲティング等に関するタグを導入する際は、県観光連盟が別途指定する「鹿児島県 Google タグマネージャー」により、その管理を行うこと。
- (2) 受託者は、「鹿児島県 Google タグマネージャー」の使用にあたり、県観光連盟の承認を得た上でタグ及びトリガーの設定を行うとともに、タグの発火テストを実施し、その結果を県観光連盟に報告すること。
- (3) 「鹿児島県 Google タグマネージャー」で設定したものについては、事業完了後、一切の権利を県観光連盟に譲渡すること。

3 適正なデジタルプロモーションの実施に関すること

- (1) 透明性確保、費用対効果の明確化のため、広告媒体費と管理運用費は分けて見積もること。
- (2) 本事業用 Google Analytics による効果測定を行うため、県観光連盟が別途示すルールに基づき、各広告媒体タグのパラメータを設定し、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、県観光連盟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、「鹿児島県 Google タグマネージャー」のコンテナ内で行うこと。

4 Google 広告の利用に関すること

- (1) Google 広告運用を行う際は、県観光連盟の公式 MCC (マイクライアントセンター) 及び本事業用 Google Analytics とリンクさせること。
- (2) Google 広告アカウント及び本事業用 Google Analytics それぞれにおいて、効果的と考えられるリマーケティングリストを設定し、県観光連盟の公式 MCC と共有させること。
- (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、その調査項目等について県観光連盟と協議の上、調査を実施すること。

5 SNS広告の利用に関すること

- (1) 県観光連盟公式SNSのビジネスマネージャーや県観光連盟が別途指定するSNSページに広告アカウントをリンクさせること。
- (2) SNS広告を展開する場合は、県観光連盟に対し、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・動画広告の実施に関すること

- (1) 県観光連盟が今後もデジタルプロモーションを行うこと考慮し、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、作成した動画は県観光連盟の公式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。