

令和 7（2025）年度とちぎの仕事魅力発信デジタルマーケティング業務委託仕様書

1 業務名

令和 7（2025）年度とちぎの仕事魅力発信デジタルマーケティング業務

2 委託業務の背景・目的

栃木県では、東京圏への人口流出に歯止めがかからず、特に 20 代前半を中心に若い世代において東京圏への転出が顕著であり、K P I として設定した県内大学生・短大生の県内就職率（2018：45.3%→2025 目標値 50.0%）も伸び悩んでいる（2024：41.7%）。

就職や結婚観などに関する大学生アンケート調査（2024.12）によると、県内大学 3 年生が就職先として考える地域は「県内」が 39.4%と最も多い（県外：32.8%、特に考えていない：27.8%）。前回の同調査（2019.9）に比べると県内への就職を希望する学生の割合が高まった（前回 県内：25.7%、県外：40.7%）が、「特に考えていない」学生を除くと、約半数が県外での就職を考えている。

また、就職の際に重視することとしては、「給与の額」が 39.3%で最も多く、続いて「希望する職種がある」（37.4%）、「休暇が十分に取得できる」（32.3%）となっている。

栃木県にも魅力ある多種多様な仕事があるにも関わらず、県内企業に関する情報を十分に持たないまま首都圏の企業を目指し、県内への就職について現実的な検討に至っていない大学生等も多いと想定される。

そこで、本事業ではマーケティング発想によるデジタルプロモーションを実施し、ターゲットである県内大学生等に向け、ウェブ広告等の配信により栃木県にも首都圏と同様の仕事や首都圏ではできない仕事があることを伝え、県内就職・インターンシップに関する情報を効果的かつ効率的に届け、栃木県を就職先の現実的な選択肢として意識付けることで、地元への定着を促進する。

3 委託予定期間

契約締結日から令和 8（2026）年 3 月 13 日（金）までとする。

4 委託予定金額

12,180 千円（消費税及び地方消費税額を含む。）を上限とする。

5 委託概要

受託者は、令和 2（2020）年度から令和 6（2024）年度に実施したとちぎの仕事魅力発信デジタルマーケティング業務（以下「過年度事業」という。）を発展的に継承し、業務ごとの検証スキームを明示した上で本事業を実施すること。これに必要な「過年度事業」の内容等は受託者決定後に栃木県から提供する。

具体的な実施内容については、企画提案のあった内容を基に栃木県と協議の上、事業スキームや広告配信時期も含めた委託事業全体スケジュール等を盛り込んで決定する。

6 ターゲット及びウェブ広告配信実施時期等

次のとおりとする。ただし、目標を達成するための広告媒体・メニュー、ターゲットの分類や比重、実施時期の具体的な配信設定については、受託者が各種現状分析を行い、事業効果を最大化する観点から下記「7 業務内容（2）」に係る「広告運用計画」を提案し、栃木県と協議の上で決定するものとする。

（1）ターゲット

本格的な就職活動開始前であり、栃木県内を現実的な就職先地域としてイメージしていない大学生・短大生

- ・メインターゲット：県内大学生・短大生 ①男性 ②女性
- ・サブターゲット：首都圏（東京・神奈川・埼玉・千葉・茨城・群馬）等大学生・短大生 ①男性 ②女性

（2）ウェブ広告配信実施時期

配信時期は、事業効果を最大化する観点から提案を行い、栃木県と協議の上決定する。なお、大学3年生が業界・企業・仕事研究を行う時期（秋～冬頃）に重点的に配信することを基本とし、以下の2つのキャンペーンを想定すること。

- ・栃木のインターン応募キャンペーン/冬季
- ・栃木で就活キャンペーン/冬季

（3）ウェブ広告からの誘導先ウェブサイト(LP)

栃木県公式ファンサイト「ベリーグッドローカルとちぎ」内ページ (<https://verygoodlocal-tochigi.jp/tochigist>) など

7 業務内容

（1）記事コンテンツと広告バナーの制作

ア 記事コンテンツの制作

（ア）記事作成の目的

ターゲットが興味を高め、栃木県内のインターンシップや求人に応募するモチベーションを高めてもらう目的で制作する。

（イ）作成記事のコンセプト

ターゲットが就職先及びインターンシップ先として栃木県内を現実的な選択肢として意識付けることができるもの。

（ウ）構成・内容

- ・ 栃木県内で就くことができる仕事や企業等を記事化し、県内でも首都圏と遜色ない仕事・インターンシップ体験や首都圏ではできない仕事・インターンシップ体験があることを伝え、県内での就職やインターンシップ体験を現実的な選択肢として意識するきっかけとなるような内容とする。
- ・ オーガニック来訪を促すための検索 KW を盛り込むこと。
- ・ 記事は6（3）LPに配置する。
- ・ 記事は7（3）を意識しページ価値の向上を踏まえたテーマ・構成（例：記事内のワードや文字数）にすること。
- ・ スマートフォンユーザーをターゲットに最後まで記事を読んでもらえるよう、文

量や見出しを工夫して制作に取り組むこと。

＜構成例＞

以下の構成を含む記事

- ・企業概要や業務の内容
- ・従業員のキャリアパスや人材育成制度
- ・インターンシップに参加した先輩社員からの声
- ・入社の動機や自社の魅力などの先輩社員からの声
- ・仕事に加えてプライベートも充実しているなどの先輩社員からの声

※提案内容を推奨・誘導するものではない。より効果的・魅力的な提案を期待。

(エ) 制作本数：ターゲット・キャンペーンに合わせて複数本

＜テーマ例＞

栃木県内で働いた以下の場合の日常及び余暇の過ごし方

- ① 理系（既存記事において閲覧数の多い分野等）をメインターゲットとした記事（インターンシップ1本、就業1本の計2本）
- ② 文系（既存記事において閲覧数の多い分野等）をメインターゲットとした記事（インターンシップ1本、就業1本の計2本）
- ③女性をメインターゲットとした記事（幅広い年代・役職1本、多様な働き方1本の計2本）

※提案内容・本数を推奨・誘導するものではない。より効果的・魅力的な提案を期待。

※6（2）の2つのキャンペーンに最適な記事コンテンツであること。

イ ウェブ広告バナーの制作

6（2）の2つのキャンペーンのウェブ広告で使用するバナーを各ターゲットに対してABテストができるよう制作すること。また後述を参照すること。

ウ その他

- ・ スマートフォン、タブレットから閲覧するターゲットを意識し制作すること。
- ・ 制作する記事や広告バナーはLPとの関連性・トンマナ（LPのコンセプトや雰囲気との統一性・一貫性）も加味すること。

(2) CVを目的とした広告配信と広告バナーについて

ア 広告配信

本事業で制作した広告バナーを使用し、6（1）ターゲットを6（3）LPへ誘導し、CV（コンバージョン）獲得を目的とした広告配信を行うこと。

なお、CVは「インターンシップ/求人応募の外部リンククリック」とする。

広告配信の際には、ウェブサイトや各種アプリケーション等の広告枠に表示される画像・テキスト広告（以下「リスティング広告・ディスプレイ広告」という。）を実施すること。

イ 広告プラットフォーム

広告を掲出するプラットフォーム（Google Search Ads、Google Display Network、Googleデマンドジェネレーションキャンペーン、Yahoo! Search Ads等）は、ユーザー層の違いや対象となる市場及びターゲットへの広告到達確度、配信単価等を

総合的に勘案し、事業効果の最大化を図るため最適と考えられるものを選択、または組み合わせることにより、広告を配信すること。

ウ 提案・実施

インターンシップ/求人応募を目的とするため、前項で制作した記事のLP上の配置や、インターンシップ/求人の応募へのCTA（Call To Action）、リンクの作成等について提案し、LP管理運営受託者と連携を図り実施すること（例：現状のUI・UX改善等。特にスマートフォンユーザーの閲覧性の向上を図ること。）。

また、本業務においてはアドベリフィケーションツール等を使用し、アドフラウド防止への対策を講ずること。

エ 目標値

広告経由のCV地点である「インターンシップ/求人応募の外部へのリンククリック」は、合計で2000CV・CPA¥3,000を最低目標とし、これを達成した後においても事業目的達成のための広告配信最適化を図り、事業を実施すること。

オ シミュレーション

上記目標を達成するための広告媒体・メニューを選定し、効果の高い媒体に傾斜が掛けられることも視野に入れて計画し、シミュレーションを提出すること。

カ 広告配信先の設定

広告の配信先については、ターゲット層のデジタルデバイスの保有・使用状況等を踏まえ、適切なバランスで設定すること。

キ クリエイティブの作成

ディスプレイ広告（リスティング広告）に掲出するTD・テキスト画像又はアニメーション（以下「クリエイティブ」という。）は、ターゲットとなるクラスターに応じて、趣向や素材及びコピー等が異なるものを複数パターン作成（パターンごとの必要なサイズ展開も含み、異サイズ展開はパターンの計数に含まない）し、配信すること。また、広告配信状況に応じて2週間に1回程度のクリエイティブの差し替えを行うものとし、広告効果の改善に努めること。また、広告を配信するデジタルデバイスの選択と合わせて、広告が最適に表示されるよう、適切なサイズのものを必要に応じて作成すること。また、リスティングを提案する場合は、広告表示オプションについても設定をすること。

ク 留意点

クリエイティブの作成にあたっては、効果的にターゲット層の行動を呼び起こし、委託期間全体を通じて広告効果が最適化されるよう、ABテストの手法を取り入れ、USP（Unique Selling Proposition）の見極め及びクリエイティブの質の向上を図ること。

(3) SEO対策

検索エンジンを通じ、6（3）LPへの流入を増やすため、改善案について提案し、LP管理運営受託者と連携を図り実施すること（例：LP内コンテンツの階層化等）。

(4) 効果測定及び報告

ア 効果検証のスキームについて、概要や考え方を企画提案書に具体的に記載し、これらを基礎資料として、栃木県と協議の上で決定するものとする。

イ 各媒体の管理画面数値、Google Analytics 等で、広告の表示回数、クリック数、CTR、CPC、CV 数、CPA、ユーザー属性（年齢・地域・デモグラ、特性等）、サイト誘導状況（広告経由の直帰率や記事閲覧数等）等を分析し、定期的かつ栃木県の求めに応じて報告するとともに、ターゲティング手法、配信手法等の改善策を栃木県と協議の上実施すること。

ウ 広告配信開始 1 週間程度を目安に、原則として対面によるミーティングを実施し、広告結果の報告と運用の見直し等についての提案を行うこと。その後は 2 週間に 1 回以上隔週レポートとして広告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を提出すること。なお、ミーティングを対面で行う場合は、原則として発注者の所在地にて実施すること。

エ 広告配信完了後に、広告及びウェブサイトについて、STP 分析の仮説やメディアプランニング等を評価する視点を取り入れたアクセス分析を行い、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。

(5) 留意事項

ア 本事業の実施に当たっては、関係法令を遵守し、栃木県と協議を重ねながら、適正に履行すること。

イ 別紙 1「デジタルプロモーション実施時における留意事項」に記載の業務を実施すること。

ウ 各業務上で必要となる事業者等へのアポイントメント、取材や記事及びウェブ等への掲載許諾などは、全て受託者の責任において行うこと。

エ 本仕様書により制作された成果品の一切の著作権（著作権法第 27 条及び第 28 条の権利を含む。）は、完了検査をもって全て栃木県に移転すること。

オ 成果品に関する著作権肖像権等の権利は栃木県に帰属するよう整理すること。

カ 受託者は、栃木県が認めた場合を除き、成果品に係る著作者人格権を行使できないものとする。

キ 成果品については、第三者の知的財産権を侵害していないことを保証すること。

ク 第三者が有する知的財産権の侵害の申立を受けたときには、受託者の責任（解決に要する一切の費用負担を含む。）において解決すること。

ケ 本事業の実施に際して知り得た秘密を他に漏らしてはならない。また、事業終了後も同様とする。

コ 事業実施のための個人情報の取扱いについては、別紙 2「個人情報取扱特記事項」を遵守しなければならない。

サ 栃木県は、必要に応じ、受託者に対して委託事業の処理状況について調査し、報告を求めることができる。

(6) その他

ア 本事業に係るアポイントメント、調整、撮影、編集・校正、制作・運用、調査、分析、報告等の一切の経費（交通費、宿泊・車両コーディネート費、各種データ費等を含む）は、全て当初委託金額に含むこと。

イ 見積書や請求書において、「記事・広告バナー等制作費」、「広告配信費」、「分

- 析レポート費」を別立てで計上し、積算すること。
- ウ 各種共有サービスのIDやパスワードを栃木県に開示し、譲渡すること。
- エ 各業務の詳細について栃木県と協議の上で決定し、進捗状況を綿密に報告すること。
- オ 本事業の再委託は原則認めない。ただし、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、栃木県が承諾した場合はこの限りでない。

8 成果品

(1) 提出物

- ア 実績報告書（A4判、横書き）紙媒体5部
- イ アのデータ及び制作した記事・クリエイティブを収めたUSBメモリ1個

(2) 提出場所

栃木県総合政策部総合政策課

(3) 提出期限

令和8（2026）年3月13日（金）

9 総括責任者

受託者は、本事業の実施に当たり、十分な経験を有するものを総括責任者として定めなければならない。また、企画提案時点で確約するものとし、原則として変更できない。

10 提出書類

委託契約書に定めるもののほか、次の各号に掲げる書類を提出しなければならない。

(1) 契約締結時に速やかに提出するもの

- ア 事業計画書
- イ 広告運用計画
- ウ 総括責任者通知書
- エ その他、栃木県が業務確認に必要と認める書類

(2) 事業完了後に速やかに提出するもの

- ア 完了届
- イ 分析結果報告書
- ウ その他、栃木県が業務確認に必要と認める書類

11 その他

本仕様書に定めのない事項及び本仕様書に定める内容について疑義が生じたときは栃木県と受託者が協議の上で定めるものとする。

上記に関わらず、明示のない事項にあっても、社会通念上当然必要と思われるものについては本事業に含まれるものとする。

デジタルプロモーション等実施時における留意事項

1 ウェブサイト制作に関する業務

- (1) ウェブサイトを新規制作または改修するときは、「pref.tochigi.lg.jp」をトップレベルドメインとするサブドメインにて公開することを検討すること。なお、その際にサブドメインに使われる文字列は栃木県と協議の上決定すること。
- (2) ウェブサイトの検索トラフィックや掲載順位を計測するため、Google Search Consoleを導入すること。
- (3) ウェブサイトに問い合わせや予約の申し込み等のフォームを設置する場合、問い合わせフォームはjavascriptタグなどを用いたフォーム作成ツール（例：hubspot）等を用いて、ウェブサイトのドメイン内で動作するものを設置すること。
- (4) ウェブサイトにおいて、事業効果を最大化しうるSEO（検索エンジン最適化）を施工すること。なお、その際はユーザーの興味・関心から類推される検索キーワードについて、検索回数を参考に抽出し、各ページのタイトル、H1、パンくず等に、それぞれのページに適切なSEOの施工を実施すること。
- (5) SEO施工時にGoogle Search Consoleなどを活用し、Googleにおけるインデックス状況、クローリング状況を定常的にモニタリングするものとし、インデックス、クローリングに問題がある場合には速やかに修正すること。なお、Google Search Consoleに対してウェブサイトの情報を適切に登録するSitemap.xmlの制作も上記に含むものとする。
- (6) ウェブサイト（ホームページ）やランディングページなどの納品時には、タグマネジメントの設定及びGoogle Search Console、効果計測並びに広告配信のタグが正常に動くことを確認した上で納品すること。

2 Google Analyticsのアカウント管理に関する業務

- (1) 本事業に関連するウェブサイトには、「本業務用Google Analytics」の活用を必須とする。なお、ウェブサイトの新規制作時においては、制作事業者が「本業務用Google Analytics」を導入し、必要な権限の付与を実施すること。
- (2) 複数のウェブサイトを統合する場合や既存のウェブサイトを大幅に改修する場合等における既存のGoogle Analyticsの活用または新規導入については、栃木県と適宜検討すること。
- (3) 「本業務用Google Analytics」上で、本事業における目標設定を行うこと。また、最終レポートには、結果の分析・改善策を必ず記載すること。
- (4) 各種アカウント作成時には、内容について栃木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栃木県に譲渡すること。

3 栃木県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、Google Analytics等の各種計測タグ、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、栃木県が別途指定する「栃木県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、「栃木県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、その内容を栃木県に報告すること。
- (3) 各種設定には、内容について栃木県の承認を得ること。また、「栃木県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栃木県に譲渡すること。

4 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) 栃木県が別途指定するデジタルマーケティングルール設定シート（DMシート）に基づき、各広告媒体タグのパラメータの設定及びデータの蓄積を行うとともに、「本業務用Google Analytics」で取得した数値を施策効果として報告すること。
- (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栃木県が指定するリマーケティングタグを設定し、広告経由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「栃木県Googleタグマネー

ヤー」のコンテナ内で行うこと。

- (4) 本事業に関連するウェブサイトにおいて、プロモーションの目標に相応しいイベントを設定し、計測すること。必要に応じて、媒体タグでの計測も実施すること。
- (5) 広告運用開始後一週間以内に、本事業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、栃木県へ報告すること。
- (6) 広告運用における透明性確保のため、広告アカウント管理画面に対するアクセス権を栃木県へ付与すること。なお、MCCなどを用いることが出来る場合は、栃木県MCC（マイククライアントセンター）とリンクすること。
- (7) 広告アカウントは、本事業用に新規に取得すること。

5 Google広告を利用する場合

- (1) Google広告アカウントを栃木県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) リマーケティングタグの導入及びリマーケティングリストの共有は、栃木県の指定する方法に従い運用すること。
- (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、栃木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。
- (4) リスティング広告（検索連動型広告）を実施する場合は、ディスプレイネットワークを含める設定を除外すること。

6 Yahoo!広告を利用する場合

- (1) Yahoo!広告アカウントを栃木県MCC（マイククライアントセンター）とリンクすること。
- (2) リマーケティングタグの導入及びリマーケティングリストの共有は、栃木県の指定する方法に従い運用すること。
- (3) Yahoo!Japanが提供するデータソリューションなど、デジタルマーケティング支援サービスなどを利用する場合には、栃木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。

7 SNS広告を利用する場合

- (1) SNS広告アカウントを栃木県公式SNSビジネスマネージャや栃木県が指定するSNSページとリンクすること。
- (2) SNS広告を実施する場合は、栃木県に対して当該SNSのアナリストの権限を付与すること。
- (3) リマーケティングタグの導入及びリマーケティングリストの共有は、栃木県の指定する方法に従い運用すること。

8 動画制作・動画広告を実施する場合

- (1) 栃木県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、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を施工すること。
- (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。

9 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。

(別紙2)

個人情報取扱特記事項

(基本的事項)

第1 乙は、個人情報（特定個人情報を含む。以下同じ。）の保護の重要性を認識し、この契約に係る業務の実施に当たっては、個人情報の保護に関する法律（平成15年法律第57号）及び行政手続における特定の個人を識別するための番号の利用等に関する法律（平成25年法律第27号）その他の個人情報の保護に関する法令等を遵守し、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。

(従事者の監督等)

第3 乙は、個人情報を取り扱う従事者をあらかじめ指定し、当該従事者の役割及び当該従事者が取り扱う個人情報の範囲を明確にしておかなければならない。

2 乙は、この契約による業務を処理するために取り扱う個人情報の適切な管理が図られるよう、従事者に対して、必要かつ適切な監督を行わなければならない。

3 乙は、この契約による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も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その他個人情報の保護に関して必要な事項を周知しなければならない。

(収集の制限)

第4 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、当該業務の目的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。

(目的外利用及び提供の禁止)

第5 乙は、甲の指示がある場合を除き、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のために利用し、又は甲の承諾なしに第三者に提供してはならない。

(適正管理)

第6 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、滅失及び毀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。

(作業場所の特定等)

第7 乙は、この契約による業務を処理するために、甲から提供を受け、又は乙自らが収集し、若しくは作成した個人情報が記録された資料等を取り扱うに当たっては、その作業場所及び保管場所をあらかじめ特定し、甲の承諾なしにこれらの場所以外に持ち出してはならない。

(複写又は複製の禁止)

第8 乙は、この契約による業務を処理するために甲から提供を受けた個人情報が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。

(資料等の返還)

第9 乙は、この契約による業務を処理するために、甲から提供を受けた個人情報が記録された資料等を、この契約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、その指示した方法によるものとする。

(資料等の廃棄等)

第10 乙は、この契約による業務を処理するために、乙自らが収集し、又は作成した個人情報及び個人情報が記録された資料等を、この契約完了後直ちに、当該個人情報の復元又は判読が不可能な方法により、当該情報を消去し、若しくは当該資料等を廃棄し、又は甲に引き渡すものとする。ただし、甲が別に指示したときは、その指示した方法によるものとする。

(再委託)

第11 乙は、あらかじめ甲の書面による承諾を得た場合を除き、この契約による個人情報を取り扱う事務については自ら行い、第三者にその取扱いを委託してはならない。

2 乙は、甲の承諾により第三者に個人情報を取り扱う事務を再委託する場合には、甲が乙に対して求めた個人情報の保護のために必要な措置と同様の措置を当該第三者（以下「再委託先」という。）に求めるものとする。

3 個人情報を取り扱う事務を再委託する場合において、乙は、再委託先にこの契約による一切の義務を遵守させるとともに、甲に対して、当該個人情報を取り扱う事務に関するすべての行為及びその結果に責任を負うものとする。

4 個人情報を取り扱う事務を再委託する場合において、乙は、乙及び再委託先がこの個人情報取扱特記事項を遵守するために必要な事項並びに甲が指示する事項について、再委託先と約定しなければならない。

(事故発生時における報告)

第12 乙は、この契約による業務に関して、個人情報の漏えい、滅失又は毀損その他の事故が発生し、又は発生するおそれのあることを知ったときは、速やかに甲に報告し、甲の指示に従わなければならない。

(実地調査等)

第13 甲は、必要があると認めるときは、乙がこの契約による業務を処理するために取り扱っている個人情報の取扱状況について、随時、実地に調査し、又は乙に対して報告を求めることができる。

(指示)

第14 甲は、乙がこの契約による業務を処理するために取り扱っている個人情報について、その取扱いが不相当と認めるときは、乙に対して必要な指示を行うことができる。