

別紙 1

令和 8 (2026) 年度栃木県サイクルツーリズム推進に係る調査及び デジタルマーケティング業務委託仕様書

1. 委託業務名

令和 8 (2026) 年度栃木県サイクルツーリズム推進に係る調査及びデジタルマーケティング業務

2. 委託期間

契約締結の日から令和 9 (2027) 年 3 月 5 日 (金) まで

3. 業務の目的

本事業では、栃木県におけるサイクルツーリズムの推進を図るため、栃木県サイクルツーリズムプラットフォームサイト (<https://gurutochi-cycling.com/>) の訪問者解析等により本県を訪れているサイクリストの属性・行動データを収集・分析し、現状の課題や潜在的な需要を明らかにする。これにより、来訪者数や観光消費額の拡大に資する施策の根拠を整備する。

また、得られた知見を活用したデジタルマーケティングを実施し、ターゲットへの効果的な情報発信と誘客促進を行う。

さらに、調査及びデジタルマーケティングの分析結果や広告効果を市町・関係団体と共有し、各地のサイクリングルートやイベント等の磨き上げに活かすことで、本県のサイクルツーリズムの魅力を向上させるとともに、サイクルツーリズムの持続的な発展につなげる。

4. 業務の内容

(1) 本県におけるサイクルツーリズムのマーケット調査

本県を訪れているサイクリストの属性、行動傾向（本県サイクルモデルルート等の走行及び走行時の施設利用の実態）、観光消費動向及び情報取得経路等を定量・定性の両面から把握し、本県サイクルツーリズム関係者の施策におけるメインターゲット像の明確化と効果的な誘客・再訪誘引手法の根拠を整備する。

<現状の本県サイクルツーリズムの主な課題>

- ・本県サイクルツーリズムの実態の把握（本県を訪れているサイクリストの属性、人数、消費動向が不明）
- ・本県サイクルツーリズムのポテンシャル、強み、弱みの把握（今後、県、市町、団体がサイクルツーリズムを推進していく上で注力すべきポイントが不明）
- ・今後の施策の検討（実態や今後の需要が不明瞭なため、根拠に基づいた施策を実施できない。）

<調査対象エリア>

栃木県全域（サイクルモデルルートを含み、その他利用頻度の高いルートも対象）

<調査対象区分>

以下のとおりとする。なお、ア、イいずれも本県在住サイクリストを含めるが、分析時に本県に在住していないサイクリストと分けて評価する。

ア 本県でのサイクリング経験があるサイクリスト

- ・情報入手元と来訪決定要因
- ・来県方法（交通手段）・ルート選好・立ち寄り傾向
- ・宿泊や滞在の実態
- ・満足度と再訪意向
- ・受入環境評価

イ 本県でのサイクリング経験はないが、今後顧客となり得るサイクリスト

- ・潜在顧客層の規模と特性、顕在化を阻害する要因
- ・顧客化に必要な要素
- ・想定される情報入手元と来県検討過程

<調査・分析手法>

以下の観点を必須としつつ、具体的な手法・ツール・分析設計は事業者の提案により最適化すること。追加提案も歓迎する。

ア 必須観点

- ・サイクリスト属性・行動データの収集（既存利用者＋潜在層）
- ・情報取得経路・意思決定プロセスの把握
- ・宿泊・消費・回遊性の分析
- ・受入環境の評価

イ 提案自由度のある領域

- ・データソース（例：Web解析、アプリログ、アンケート、モニターツアー、ビッグデータ等）
- 調査設計（サンプル規模、質問設計、ターゲット抽出方法）
- ・分析手法（クロス集計、ペルソナ設計、旅程モデル化、データマッチング等）
- ・追加分析（流動データによる周遊傾向、SNS解析、AI活用等）

(2) デジタル広告配信の実施

ア 基本事項

- ・(1)の調査結果の分析や受託者自身が保有するデータや知見に基づき、ターゲットの興味関心や所在地、年齢、性別、心理、行動段階等を整理し、本県への来訪につながる広告配信を行うこと。
- ・広告媒体選定にあたっては、その媒体がターゲットの行動や来訪検討プロセスに適合する合理的な根拠を示すこと。
- ・誘導先のランディングページの情報構造と広告内容の整合性を確保し、必要に応じて改善点を助言すること。
- ・広告の目的達成に資する KPI を設定すること。

- ・広告媒体データ及び Google Analytics 等を用いた効果測定を行い、必要に応じて配信内容の改善を図ること。
- ・デジタル広告配信の実施にあたっては、本事業全体の予算規模を踏まえ、小～中規模の配信ボリュームを想定すること。また、媒体費はキーワード需要、想定 CPC、ターゲット特性を踏まえ、提案内容に応じて適切に設定するものとし、費用対効果が最大化されるよう配分すること。
- ・広告配信時期に際しては、別紙1「県内主要サイクルイベント開催時期一覧」を参照すること。なお、別紙1は令和7(2025)年実績に基づく参考情報であり、令和8(2026)年の開催可否・時期は未定である。広告配信にあたっては最新の開催情報を発注者と確認の上、反映すること。

イ 広告配信

- ・ディスプレイ広告や検索連動型広告等、サイクルツーリズムに関心があるターゲットを本県に呼び込むために効果的な広告を配信し、ウェブサイトへ誘導させ本県サイクルツーリズムに関する情報接触の拡大及び利用意欲の向上を図ること。
- ・広告媒体は、Google、Yahoo!及びFacebook 等を想定しているが、より効果的な媒体があれば提案すること。
- ・広告配信手法を提案する場合は、当該広告配信がランディングページへの誘導に効果的である根拠を明確に示すこと。
- ・広告からのランディング先については、原則としてプラットフォームサイトトップページ (<https://gurutochi-cycling.com/>) とする。ただし、クリエイティブや広告文によってランディング先を下層ページとする場合には、その旨提案し、ランディングページ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、SEO対策等）
- ・広告実施の際には、目的が達成されるような最適化ポイントを設定すること。
- ・広告の実施にあたっては、別紙2「デジタルプロモーション等実施における留意事項」に記載の業務を実施すること。

ウ ターゲット

以下の要件を満たす者とする。

- ・年齢が20代から60代であること。
- ・本県または東京圏及び近隣県（東京都、埼玉県、千葉県、神奈川県、茨城県、群馬県、福島県をいう。）の在住者であること。
- ・サイクルツーリズムや本県において開催されるサイクルイベントや一般参加型レースに関心がある者であること。

エ 広告配信時期

令和8(2026)年9月～令和9(2027)年2月までとする

オ 目標 KPI の設定

- ・広告配信におけるコンバージョンはランディングページ80%以上読了したセッションとし、広告表示回数を母数とした ViewThru-Conversion Rate として1.5%以上を目標とすること。

- ・目標 KPI を示した各種値を達成した場合も、提案予算の限り事業効果の最大化を目指して広告配信を行うこと。

- ・広告の最大化を図るため、ウェブサイトの導線設計等の改善について、甲の求めに応じて必要な助言を行うこと。

カ 効果測定及び分析

- ・広告媒体と Google Analytics から、ウェブサイト閲覧回数、広告の表示回数、クリック率、CV 数、CVR、CPA などを媒体別・クリエイティブ別に計測し、閲覧者・視聴者の属性（年齢、地域、特性等）等についてサイト誘導状況等を分析しながら、定期的かつ甲の求めに応じて報告するとともに、ターゲティングの変更、絞り込み等の改善策を甲と協議の上、実施すること。

- ・広告の実施状況を確認するための閲覧やウェブサイトの Google Analytics による状況確認等で得られる事業の成果指標全般について、甲が基本的な分析手法を理解するため、仕組み、操作、見解等についての説明を実施すること。

- ・広告配信開始 2 週間、それ以降は 1 ヶ月に 1 回以上の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。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について、広告の配信開始後、毎月レポートを提出すること。

- ・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。

5. 業務のスケジュール

4. 業務の内容に係る委託期間中のおおまかなスケジュールは以下のとおりである。別途、委託期間中は 2 週に 1 回程度定期ミーティング（オンライン可）を設定し事業の進捗を確認する。必要に応じて、デジタル広告重点配信期（10～2 月）は定期ミーティングによらず随時効果測定結果の共有と改善提案を実施してよいものとする。

<スケジュール>

- ・キックオフ、事業計画書提出（契約締結後速やかに）
- ・調査・解析（5～2 月）
- ・調査結果中間報告（9 月末）
- ・デジタル広告重点配信（9～2 月）
- ・最終報告（3 月）

6. 成果物及び提出時期

- ・事業計画書（契約締結後速やかに、事業の進捗を踏まえ適宜修正可）

- ・4. (1) 関係

①調査設計書・調書・アンケート票等（調査開始前）

②調査結果報告書、分析資料（調査完了後）

※報告書には以下の内容を含めること

- ・ターゲット別ペルソナ

- ・ペルソナ毎のサイクルツーリズム行動モデル
- ・誘客・再訪誘引施策リスト
- ・データ付録（ヒアリング記録、アプリデータ一覧、Web 解析ダッシュボード案）

・ 4. (2) 関係

① 広告運用計画書（広告配信前、事業計画書との一体的作成可）

② 広告配信ローデータ（広告配信時）

- ・ 最終報告書（本事業完了時、文書 2 部：正本・副本＋電子データ）

7. 上限額

総額：6,556,990 円

支払条件：成果物の検取後支払

8. 著作権の譲渡

成果物の所有権、著作権、利用権は発注者に帰属するものとする。なお、成果物等に含まれる第三者の著作権、肖像権その他すべての権利についての交渉、処理は受託者が行うこととする。

9. 業務の一括再委託の禁止

受託者は、受託者が行う業務を一括して第三者に委託し、または請け負わせることはできない。ただし、業務を効果的に行う上で必要と思われる業務については、書面により発注者の承諾を得て、業務の一部を委託することができる。

10. 追加提案

本仕様に定めのない内容であっても、サイクルツーリズムの推進に資すると判断できる追加提案があれば、積極的に提案すること。

11. その他留意事項

- ・ 本委託業務の開始から終了までの間、事業実施方法や進捗状況の確認等、事業の円滑な実施のために、定期的に発注者と打ち合わせを行うこと。

- ・ 本委託業務において第三者の著作物を使用する場合は、受託者で責任を持って対応すること。

- ・ 受託業務実施に伴い第三者に与えた損害は、発注者の責に帰すべきものを除き、全て受託者の責任において処理すること。

- ・ 受託者は、本業務により知り得た情報及び資料について、発注者の許可なく第三者に漏らしたり、他の目的に使用してはならない。当該事業契約が終了し、又は解除された後においても同様とする。また、本業務が終了した時点で、紙媒体の資料は速やかに返却し、電子媒体のデータ等は速やかに抹消すること。

- ・ 本事業に係る関係法令に抵触しないよう事業を実施すること。

業務完了後に、受託者に責に帰すべき理由による成果物の不良箇所があった場合には、受託者は速やかに訂正、補正等を行うこととし、これに要する費用は受託者の負担とする。

- ・ 本仕様書に明示なき事項、または業務上疑義が生じた場合は、発注者及びおよび受託者の協議

により定めるものとする。

12. 問合せ先

栃木県生活文化スポーツ部スポーツ振興課生涯スポーツ担当

TEL 028-623-3416

MAIL sports-shogai@pref.tochigi.lg.jp

別紙 1

県内主要サイクルイベント開催時期一覧

イベント名	開催時期	開催市町
わたらせクリテリウム	5月、9月、11月	栃木市
那須高原ロングライド	7月	那須塩原市、那須町
ツール・ド・大那	9月	大田原市、那須塩原市、 那須町、那珂川町
もてぎエンデューロ	10月	茂木町
宇都宮ジャパンカップ	10月	宇都宮市
たかポタ vol. 7	10月	高根沢町
サイクルフェスタおやま・のぎ・とちぎ	11月	小山市・野木町・栃木市
Vélo. Ashikaga サイクルフェスタ 2025	11月	足利市
ろまんちっくエンデュランス	11月	宇都宮市
サイクルジムカーナ&佐野エンジョイライド	11月	佐野市
宇都宮シクロクロス	12月	宇都宮市

【注】本一覧は 令和 7 (2025) 年 1～12 月の実績データを基に作成した参考資料であり、令和 8 (2026) 年の開催可否・時期は未定のものがあります。各イベントの開催状況は最新情報を確認の上、広告配信に反映してください。

別紙 2

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) 導入済みの Google タグマネージャーがある場合は、その公開権限を県に付与すること。

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 タグマネージャー」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。