令和7（2025）年度デジタル広告を活用した脱炭素行動普及啓発業務委託仕様書

本仕様書は、栃木県（以下「甲」という。）が発注する「令和7（2025）年度デジタル広告を活用した脱炭素行動普及啓発業務」を受託する者（以下「乙」という。）の業務について、必要な事項を定めるものとする。

1 業務名

令和7（2025）年度デジタル広告を活用した脱炭素行動普及啓発業務委託

2 業務の目的

本県では、2050年カーボンニュートラル実現に向け、令和6（2024）年8月から、脱炭素を軸とした「とちぎカーボンニュートラル15（いちご）アクション県民運動」を展開している。この運動においては、県民に実践を促したい行動を「15（いちご）アクション」とし、脱炭素行動のメリットを情報発信することで県民の行動変容促進に取り組んでいる。また、各家庭の光熱費等の情報を基に各家庭のライフスタイルに合わせた省エネ・省CO2対策を提案する「うちエコ診断」を活用し、行動変容を一層後押しすることとしている。

県民一人ひとりがカーボンニュートラルに向けた取組を「自分事」として捉え、脱炭素行動を実践していくには、効果的な周知広報が必要である。そこで、本業務は、マーケティング発想に基づくデジタルプロモーションを実施し、「15アクション」及び「うちエコ診断」の認知度向上や受診促進を図るとともに、脱炭素行動の経済的メリットや意義の理解促進を図り、県民の脱炭素型ライフスタイルへの転換を促すことを目的とする。

3 委託期間

委託日から令和8（2026）年3月31日（火）

4 ターゲット

「2 業務の目的」を踏まえ、波及効果の高い県内在住の概ね20～40代の男女をターゲットとする。

なお、「うちエコ診断」に関する広告配信については、家計に関心の高いファミリー層をメインターゲットとする。

5 業務の内容

(1) 広告配信の実施

ア 「15アクション」に関する広告配信

(ア) 基本事項

- ターゲットに向けて「15アクション」の認知度向上を図るとともに脱炭素行動の理解促進及び実践への意欲向上を目的として、クリエイティブの作成及び広告配信を行うこと。
- 広告からの遷移先は、とちぎ気候変動対策ポータルサイト内「とちぎカーボンニ

ユー・トラル15アクション県民運動特設ページ」

(<https://zerocarbon.pref.tochigi.lg.jp/cool-choice/>) を想定しているが、甲と協議の上で決定すること。

(イ) 広告配信

a 動画広告

- ・ 広告媒体はYouTube15秒ノンスキップابل広告及び30秒スキップابل広告とする。
- ・ 配信する動画広告は、甲が過年度制作した啓発動画「15アクション県民運動」の15秒バージョン及び30秒バージョンを使用すること。
- ・ 配信量は配信対象32万人に対し、3ヶ月でフリークエンシー4程度を目安としつつ、詳細については甲と協議の上で決定することとする。

b ディスプレイ広告

広告媒体は、Instagramとする。

(ウ) 広告配信期間

3ヵ月間（令和7（2025）年9月～11月を想定）

(エ) 目標設定（KPI等）

- ・ 動画広告については、15秒ノンスキップابل広告及び30秒スキップابل広告の合計で130万回視聴を目標回数とする。
- ・ ディスプレイ広告については、コンバージョンを「広告クリック数」とし、最低目標値を合計16,250CVとする。

(オ) 広告配信費（目安）

5,300千円

※ 動画広告及びディスプレイ広告への広告配信費の割り振りは、甲と協議の上、決定することとする。

イ 「うちエコ診断」に関する広告配信

(ア) 基本事項

- ・ ターゲットの経済的メリットや意義の理解促進を図り、実践の後押しをするとともに、「うちエコ診断」の認知度向上及び興味・関心を高め、受診を促進することを目的として、クリエイティブの作成及び広告配信を行うこと。
- ・ 広告からの遷移先は、栃木県公式ホームページ内「うちエコ診断で光熱費を見直そう」(<https://www.pref.tochigi.lg.jp/d02/uchieco/info.html>) を想定しているが、甲と協議の上で決定すること。

(イ) 広告配信

a 動画広告

- ・ 広告媒体はYouTube15秒ノンスキップابل広告及び30秒スキップابل広告とする。
- ・ 配信する動画広告は、甲が今年度別途制作する、うちエコ診断や診断結果を踏まえた脱炭素の取組による生活や経済的メリット及びメリットを紹介する動画の

15秒バージョン及び30秒バージョンを使用すること。

※ 使用する動画は令和7（2025）年9月末完成予定

- ・ 配信量は配信対象32万人に対し、3ヶ月でフリークエンシー4程度を目安としつつ、詳細については甲と協議の上で決定することとする。

b 検索連動型広告

広告媒体は、Google、Yahoo とする

c Google デマンドジェネレーション

- ・ 検索連動型広告の設定した検索キーワードでのインプレッションが少ない場合など、状況に応じてGoogle デマンドジェネレーションを活用した配信を検討し、甲と協議の上で実施すること。
- ・ リターゲティングを実施すること。

(ウ) 広告配信時期

- ・ 動画広告：3ヶ月（令和7（2025）年11月～令和8（2026）年1月を想定）
- ・ 検索連動型広告：
7ヶ月（令和7（2025）年9月～令和8（2026）年3月を想定）

(エ) 目標設定（KPI等）

- ・ 動画広告については、15秒ノンスキップブル広告及び30秒スキップブル広告の合計で110万回視聴を目標回数とする。
- ・ コンバージョンを広告経由のKPI地点である「うちエコ診断受診申込リンククリック数」とし、最低目標値を合計3,000CVとする。

(オ) 広告配信費（目安）

6,600千円

※ 動画広告及び検索連動型広告への広告配信費の割り振りは、甲と協議の上、決定することとする。

ウ 共通事項

- ・ 広告効果の最大化を図るため、遷移先ページのUI・UX改善、SEO対策が必要な場合は、その旨、提案すること。なお、実施にあたっては、甲と協議の上、サイト管理受託者と連携を図り、実施すること。
- ・ 5(1)のア(i)、イ(i)以外に事業効果の最大化を図るために最適な広告配信手法及び媒体がある場合は、提案すること。
- ・ 動画広告については、甲乙協議の上、配信状況等を踏まえ必要に応じ、脱炭素行動の実施状況等に関するブランドリフト調査の実施を検討すること。
- ・ 広告バナー等制作物の完成までに甲による複数回の内容確認及び修正指示の機会を設けること。
- ・ 検索連動型広告のキーワード設定にあたっては、甲の意図を十分に咀嚼し、広告効果が最適化されるよう、キーワード、除外ワード、広告タイトル及び広告文を作成し、甲に提案すること。
- ・ ディスプレイ広告及び検索連動型広告においては、広告効果が最適化されるよう、バナー、広告タイトル、広告文等についてA/Bテストの手法を取り入れ、制作するとともに

に、検証と見直しを行うこと。

- ・ KPI を達成した後においても、事業効果の最大化を目指して事業を継続すること。
- ・ 広告配信費は予算配分の目安であり、業務目的達成及び KPI 達成に必要な予算を配分すること。

(2) 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、甲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（広告経由の直帰率等）等を分析し、定期的かつ甲の求めに応じて報告するとともに、ターゲティング手法、配信手法等の改善策を甲と協議の上実施すること。

ウ 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。

エ 広告配信完了後、広告及びウェブサイトについて、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。

4 その他

(1) 総括責任者の配置

乙は、委託業務の実施に当たり、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。なお、総括責任者は企画提案時点で明らかにすることとし、原則として変更できないものとする。

(2) 事業計画書の提出

乙は、契約締結後遅滞なく、乙が提案した企画提案書を基に、具体的な業務内容について「事業企画書」（事業計画書や実施行程表、絵コンテを含む）を作成し、甲に書面で提出することとする。なお、甲は、必要がある場合は、乙に対して業務の実施状況について調査し、又は報告を求めることができることとする。

(4) 業務及び結果等の管理

ア 事業完了後、速やかに業務完了報告書を作成し、甲に提出すること。

イ 各種アカウント、タグマネージャー等の取扱いについて、「（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」を遵守すること。

(5) 権利等

ア 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甲に移転すること。

イ 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。

ウ 納品するクリエイティブに関する著作権肖像権等の権利は、甲に帰属するよう整理する

こと。

エ 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、乙の責任（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。

オ 乙は、甲が認めた場合を除き、成果品に係る著作権人格権を行使できないものとする。

(6) その他

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

イ 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。

ウ 甲は、必要に応じ、乙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。

エ 各業務に係る撮影、編集、制作・運用、調査、分析、報告等の一切の経費（交通費、各種データ費等）は、全て委託金額に含むこと。

オ 見積書や請求書の作成に当たっては、業務の透明性を確保するため、「広告配信費（広告配信原価）」、「広告管理運用費」、「クリエイティブ等作成費」、「分析レポート費」を別立てで計上すること。

カ 本事業の再委託は原則として認めない。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、甲が承諾した場合は、この限りでない。

5 委託費の支払い等

委託費の支払いは、委託業務完了検査後の精算払いとする。

6 成果品の提出等

(1) 成果品

以下のア、イを格納した DVD-ROM 2 枚

ア 実施報告書（分析結果報告書を含む）

イ 業務実施にあたり収集したデータ、及び作成したクリエイティブ

(2) 提出期限

令和 8 (2026) 年 3 月 24 日（火）

(3) 提出場所

栃木県環境森林部気候変動対策課

7 その他

(1) 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甲と乙が協議の上、定めることとする。

(2) 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、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

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（マイクロ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（マイクロ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（マイクロ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。