

令和6年度デジタルを活用した農村の魅力発信業務委託 仕様書

本仕様書は、栃木県（以下「甲」という。）が令和6（2024）年度デジタルを活用した農村の魅力発信業務（以下「本業務」という。）を委託する場合の、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である。

1 委託業務名

令和6年度デジタルを活用した農村の魅力発信業務

2 委託期間

契約締結の日から令和7（2025）年3月21日（金）まで

3 委託料

（1）2,658,975円（消費税及び地方消費税額を含む。）を上限とする。

ただし、委託料の内訳として、とちぎの農村めぐりに係る部分については1,305,700円（消費税及び地方消費税額を含む。）、とちぎ農村ボランティアマッチングサイト「TUNAGU」（以下、「TUNAGU」という。）に係る部分については1,353,275円（消費税及び地方消費税額を含む。）をそれぞれ目安金額とする。

（2）委託料の支払いは、原則として本業務完了後の精算払とする。

4 事業の背景

栃木県では、農村地域の魅力やグリーン・ツーリズムに関する情報を広く発信し、誘客を促進するため、令和元（2019）年度から通年プロモーションとして「とちぎの農村めぐり」を展開している。具体的には、ウェブサイトやSNS（Instagram、Facebook、LINE）を活用した農村地域の魅力（景観、食、農業体験等）発信やイベントの開催（農村フォトコンテスト、都市農村交流施設^{※1}を巡るデジタルスタンプラリー）により、繰り返し農村地域を訪れる交流人口の増加を図ってきた。令和5（2023）年度は「とちぎの農村めぐり」LINEアカウントを開設し、登録者へのプッシュ型による情報発信を強化したところである。

一方、本県中山間地域^{※2}においては、農地等の有する多面的機能の良好な機能発揮とそれらを次世代へ健全に引き継ぐため、地域住民と都市住民等の協働活動^{※3}を推進する「TUNAGU」を令和3（2021）年10月に開設し、移住した「定住人口」でもなく、観光に来た「交流人口」でもない、特定の地域と継続的に多様な形で関わり、将来的な移住にもつながる「関係人口（以下、「農村ファン」という。）」の創出・拡大による中山間地域の活性化を図ってきたところである。

※1：都市農村交流施設とは農産物直売所や農村レストラン、観光農園等の施設のことをいう。

※2：別紙1「栃木県における中山間地域」参照

※3：本仕様書における協働活動とは、農村環境の保全や地域資源の保存等の農村地域の維持・発展に関わる活動に、地域団体と農村ファンが一緒に取り組むことをいう。

5 事業の目的

とちぎの農村めぐりでは、デジタルマーケティング手法を活用したデジタル広告配信やウェブサイトの情報充実を行ってきた結果、ウェブサイトの年間セッション数（訪問数）は25万を超え、旅先での情報検索ツールとして活用されている。今後はLINEによる直接的な情報発信によりとちぎの農村地域への繰り返しの来訪につなげるため、LINEを活用したデジタルイベントに合わせてターゲットを明確にした効率的な広告配信を実施し、LINEの登録者の増加を図る。

一方TUNAGUにおいては、ウェブサイトの開設と平行して令和2（2020）年度から取り組んでいるデジタルマーケティング手法を活用したデジタル広告配信事業（本事業の前身事業）の効果もあり、TUNAGUの会員は400名を突破し、平均年齢は45.6歳、開設から約2年半での協働活動実施回数44回と、若者を含む会員の増加と規模拡大が図られており、一定の効果があったと考えられる。そこで、本事業において、過去3年間の実績も踏まえ、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活用した情報発信を実施し、ターゲットに向けた効果的かつ的確なPRを行うことにより、農村ファンにつながる潜在層の意識の顕在化を図るとともに、TUNAGUへと誘導し、サイト内で募集される協働活動「クエスト」への参加等、具体的な行動へと結びつけることにより、農村ファンの創出・拡大及び協働活動による中山間地域の活性化を図る。

6 本事業のターゲット及び広告配信実施時期

本事業のターゲット及び広告配信時期は次のとおりとする。

ただし、ターゲットに対して広告配信を実施した結果、ターゲットの分類と比重、実施時期の具体的な配信設定について、本事業の目的を達成するためにより効果的であると判断できるデータの蓄積があった場合には、その根拠とともに甲に対して助言及び提案を行い、ターゲット及び配信時期の見直しについて協議の上で決定するものとする。

（1）ターゲット

ア とちぎの農村めぐり

- ・メインターゲット：県外都市部在住 30～50代の子育て世帯
- ・サブターゲット：県内旅行者

イ TUNAGU

本県、隣接県及び東京圏（東京・埼玉・千葉・神奈川）在住の20～50代の男女

- ・メインターゲット：県内在住の20～30代の男女
- ・サブターゲット：隣接県在住の20～30代の男女

（2）広告配信時期

ア とちぎの農村めぐり

令和6（2024）年6月から令和7（2025）年3月までとする。ただし、デジタルイベント開催予定時期の「7月から11月頃まで」の広告配信を重点化すること。

イ TUNAGU

令和6（2024）年6月から令和7（2025）年3月までとする。ただし、協働活動の募集が多

くなる「8月から11月まで」の広告配信を重点化すること。

7 業務内容

(1) 広告運用計画の作成

ア 次に掲げる事項を盛り込んだ「広告運用計画」を作成し、契約締結後速やかに甲に提出し、承認を得ること。

【広告運用計画に盛り込む内容】

(ア) 本事業のターゲット設定

(イ) 委託期間を通じた広告の運用方針（委託期間中の広告運用スケジュールを含む）

※狙うターゲットと起こしたい態度変容・目的に合わせて、広告手法や提出プラットフォーム、各広告への投資配分バランス方針などを明確にすること。

※その他、広告の運用方法や広告配信時期を含めた運用スケジュールなどを盛り込むこと。

(ウ) 広告物の作成方針

(エ) 広告効果の検証及び運用の見直し方法

(オ) 目標設定（後述：7（2）参照）

(カ) その他必要な事項

イ 作成した「広告運用計画」の承認を得ようとするときは、提出に合わせて甲への説明を行うこと。

(2) CVを目的とした広告配信

広告運用計画で定めたターゲットに向けて、ユーザーの属性やサイトの閲覧履歴等に基づき、CV（コンバージョン）獲得を目的に、下記の表を参考として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率、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。ただし、広告を配信した結果、想定とは異なる配信結果となり、プラットフォームの変更または配信の停止をすることが効果的であると判断できるデータの蓄積があった場合は、その根拠とともに甲に対して助言及び提案を行い、プラットフォームの見直し等について協議するものとする。

広告の種類 プラットフォーム	検索連動型広告	ディスプレイ広告			動画広告
	Google 広告 Yahoo! 広告	GDN YDA	Facebook Instagram	LINE	LINE You Tube
ウェブサイト					
とちぎの農村めぐり	○	○	○	◎	○
TUNAGU	◎	○	○	○	○

◎：原則として、必ず実施すること

○：実施を妨げるものではないもの

なお、CVは以下のとおりとし、最適化を図ること。また、予算規模に達しないうちにKPIを達成した場合においても、広告の配信を継続し、予算内での広告効果の最大化を図ること。

【CV】

●とちぎの農村めぐり

とちぎの農村めぐり LINE アカウント (@255htuxn) の新規登録者数

- 目標新規登録者数 (K P I) : 6,000 人 (自然流入含む)

(参考) 令和 5 (2023) 年度の実績 274 人 (配信期間 2 月 5 日～2 月 18 日)

●TUNAGU

ランディングページ (以下「L P」という。) における広告経由セッションのうち、会員登録ボタンのクリック数

- 目標クリック数 (K P I) : 125 回

(参考) 令和 5 (2023) 年度の実績 112 回 (配信期間 8 月 23 日～1 月 19 日)

ア 検索連動型広告

(ア) 発注者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の上甲に提案し、協議の上決定すること。

(イ) キーワード、除外ワードの設定及びタイトル、広告文の作成にあつては、より効果的にターゲット層の行動を呼び起こし、業務委託期間全体を通じて広告効果が最適化されるよう、A/Bテストの手法を取り入れ、検証と見直しを行うこと。

イ ディスプレイ広告

(ア) ディスプレイ広告に提出する画像 (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委託期間中に複数パターン作成 (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、適切なサイズのことを必要に応じて作成すること。

(イ) クリエイティブは、「とちぎの農村めぐり」デジタルイベント (7～11 月頃、クイズ配信等と県内周遊スタンプラリー等を予定) や、TUNAGU 上で参加者が募集される協働活動「クエスト」や、等の開催のタイミング等を踏まえ、順次作成すること。

(ウ) 乙は、委託期間全体を通じて広告効果が最適化されるよう、A/Bテストの手法を取り入れ、U S P (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。

(エ) クリエイティブの作成に係る写真素材等を使用する場合の準備に関して、その一切の調整及び許認可等の諸手続は、乙が行うこと。なお、当該年度及び過年度に実施した本県事業関連の写真等については、協議の上、甲が提供する。

ウ 共通事項

(ア) 各広告のバランスは、それぞれの広告手法の特性や、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、適切な割合で設定すること。

(イ) 広告に動画を使用する場合、令和 2 (2020)～令和 4 (2022) 年度に甲が作成した動画 (「とちぎの農村めぐり」ウェブサイトに掲載されている動画) 及び「とちぎ農村 QUEST」

- YouTube チャンネル（後述）に掲載されている動画）を適宜活用すること。
- (ウ) 広告掲載料については、6（2）を踏まえつつも、広告提出期間中の消化金額に極端な偏りが発生しないよう、契約期間中は概ね均等に運用すること。
 - (エ) 広告の掲出により得られたユーザー情報の「リターゲティングリスト」を作成するとともに、広告運用の状況により必要に応じてリターゲティングによる広告を配信すること。
 - (オ) LPについては、原則として以下のとおりとすること。ただし、クリエイティブや広告文の内容によって、当該ページの下層ページをランディング先とする場合は、その旨提案すること。

- とちぎの農村めぐり

- トップページ (<https://www.agrinet.pref.tochigi.lg.jp/tochigi-nouson-meguri/>)
 - 又はLINE アカウント友だち登録ページ (<https://lin.ee/2W1rprX>)

- TUNAGU

- トップページ (<https://tochigi-tunagu.jp/>)

- (カ) 広告価値を毀損させる「ビューアビリティ」については、確実な対策を実施した上で、広告配信開始前にその内容を発注者に説明すること。

(3) 配信結果等の分析・効果測定及び結果報告

- ア 広告媒体や Google Analytics から、広告の表示回数、クリック数、クリック率、クリック単価、CV数、CVR、CPA、ウェブサイト閲覧回数などを媒体別・クリエイティブ別に計測し、ユーザー属性（年齢・地域、特性等）、サイト誘導状況（広告経由の直帰率、クリック後の行動等）等を踏まえて分析しながら、定期的かつ甲の求めに応じて報告するとともに、ターゲティング手法、配信手法等の改善策を甲と協議の上実施すること。
- イ 広告配信開始後1か月に1回程度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についての提案を行うこと。なお、ミーティングを対面で行う場合は、原則として栃木県農政部農村振興課にて実施すること。
- ウ 広告の運用状況並びに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、月に1回以上月次報告書としてとりまとめを行い、甲に報告すること。なお、月次報告書はとちぎの農村めぐりとTUNAGUで分けて作成すること。
- エ 事業完了後に、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。

8 その他業務実施に際しての留意事項

(1) 総括責任者の配置

- ア 乙は、本事業の実施に当たり、同種類業務に関する十分な経験を有する者を総括責任者として定めなければならない。
- イ 総括責任者は企画提案時点で明らかにするものとし、原則として変更できない。

(2) 権利等

- ア 本業務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、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。なお、本業務のクリエイティブを甲が自ら利用するために必要な範囲において、随時利用できるものとし、甲は変形、改変、その他の修正をできるものとする。

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者人格権を行使できないものとする。

(3) その他

ア 本業務の実施に当たっては、関係法令を遵守し、甲と協議を重ねながら、適正に履行すること。

イ 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」に記載の業務を実施すること。

ウ 本業務の実施に際して、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。

エ 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。

オ 各業務に係る調整、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。

カ 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、かつ、とちぎの農村めぐりとTUNAGUを分けて計上し、積算すること。

キ 本業務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。

9 成果品

(1) 提出物

ア 実績報告書（A4判）及びそれを納めた電子データ

イ 制作したクリエイティブを収めた電子データ（JPEG等の画像形式等）

(2) 提出場所

栃木県農政部農村振興課 農村・中山間地域担当 里づくりチーム

(3) 提出期限

令和7(2025)年3月26日(水)

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 「7 業務内容(1) 広告運用計画の作成」の広告運用計画
- イ 総括責任者通知書
- ウ その他栃木県が必要と認める書類

(2) 対象月の翌月7営業日以内(ただし、3月分は令和7(2025)年3月26日まで)に提出するもの

- ア 「7 業務内容(3) 配信結果等の分析・効果測定及び結果報告」の月次報告書

(3) 事業完了後に速やかに提出するもの

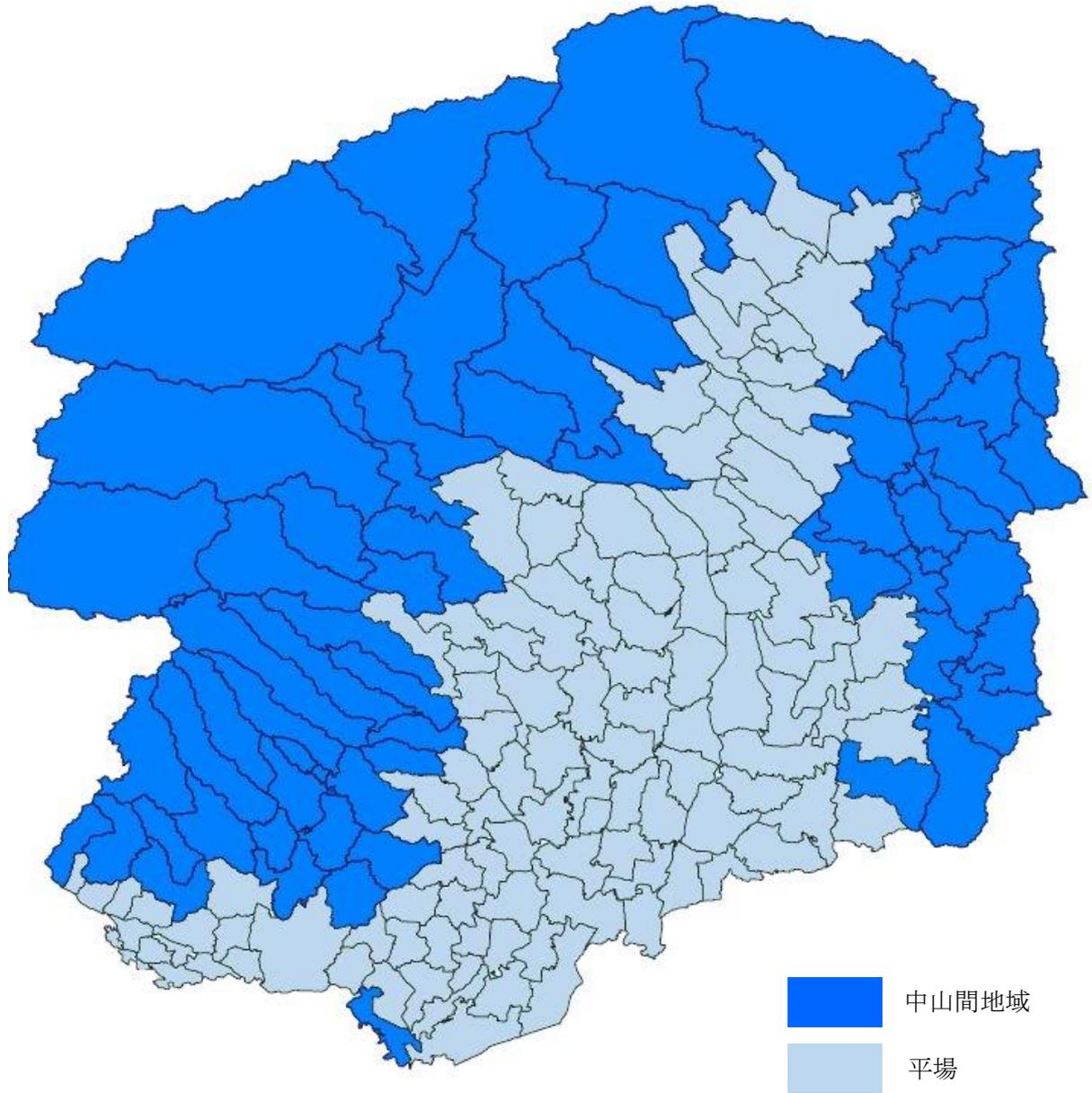
- ア 業務完了届
- イ 「7 業務内容(3) 配信結果等の分析・効果測定及び結果報告」の分析結果報告書
- ウ その他、栃木県が業務確認に必要と認める書類

1.1 その他

- (1) 本仕様書に定めのない事項又は業務上疑義が生じた場合は、甲と乙が協議し、業務を進めるものとする。また、協議の結果、甲から乙へ資料の提出を求める場合がある。
- (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。

(別紙1)

栃木県における中山間地域



(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甲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) 本業務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、甲と適宜検討すること。
- (3) 「本業務用Google Analytics」上で、本業務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、内容について甲の承認を得ること。また、本業務において作成したアカウントについては、業務完了後に一切の権利を甲に譲渡すること。

3 栃木県Googleタグマネージャーの管理に関する業務

- (1) 本業務に関連するウェブサイトにて、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、甲が別途指定する「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) 乙は、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、その内容を甲に報告すること。
- (3) 各種設定には、内容について甲の承認を得ること。また、「栃木県Googleタグマネージャー」での設定については、業務完了後に一切の権利を甲に譲渡すること。

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) 甲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) 本業務に関連するウェブサイトには、同ウェブサイト内に甲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) 本業務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、本業務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、甲へ報告すること。
- (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甲へ付与すること。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、本業務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、甲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、甲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、甲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、甲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甲が指定するSNSページとリンクすること。
- (2) SNS広告を実施する場合は、甲に対して当該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、甲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) 甲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) 業務実施により取得したCookieと乙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。