

本仕様書は、栃木県（以下「甲」という。）が発注する「警報発表時における避難に関するバナー広告配信等業務」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である。

1 業務名

警報発表時における避難に関するバナー広告配信等業務（以下「本業務」という。）

2 業務目的

災害時に命を守る上では、避難方法や避難場所等を事前に把握しておき、危険が迫った時には、その情報をもとに、適切に判断して速やかに避難できることが重要であることから、県では県民等に対してこれまで常に啓発を実施してきたが、平時においては災害に対する関心が薄く、いかに啓発効果を高めるかが課題であった。そこで、気象警報が発表され、県民の防災への関心が高まっている効果的なタイミングで啓発を行うこととした。

現在、市町が発令する避難指示等の避難情報は、緊急速報メール等により住民に一斉に発信されるため、避難対象地域に入っていない人が避難したり、避難すべきかどうか分からない人からの問合せ電話が市町に殺到したりするなど、適切な避難に必ずしも結びついていない。

そこで、災害が近づいているものの、実際に災害が発生するまでに時間的余裕のある「警報発表時」に、対象地域を限定し、スマートフォンやパソコン等でウェブサイト等を閲覧している住民等の画面にメッセージを表示することにより、災害時の避難行動に資する効果的な普及啓発を行うため、システム構築、広告配信、保守管理業務を行うものである。

3 契約期間

契約締結の日から令和7（2025）年3月31日までとする。

4 契約金額の上限

委託費は、22,999,900円（消費税及び地方消費税を含む。）を上限額とする。

なお、システム構築費、広告配信費、保守管理費を別立てで計上し、積算すること。

5 業務の実施地域

栃木県内の市町において気象警報が発表された地域（以下「対象地域」という。）とする。

ただし、日光市については気象警報の発表区分に従い、日光市今市、日光市日光、日光市藤原、日光市足尾、日光市栗山の5地域に分割するものとする。

6 委託業務の内容

業務の実施に当たっては、令和5（2023）年度に甲が実施した、とちぎデジタルハブにおける実証実験の結果を踏まえること。

(1) システム構築

ア 基本要件

- ・栃木県内において、大雨警報、洪水警報又は暴風警報の発表後、対象地域に遅滞なく自動で広告を配信、停止するシステムとすること。
- ・システムをサーバに構築するときは、サーバ及びその付属品は乙が用意するものとし、甲が指定する場所に設置すること。

イ システム動作要件

- ・24時間365日の稼働を保障すること。
ただし、何らかの事情によりシステムを停止するときは、代替手段を用意した上で早期の復旧を図ること。
また、システムを停止するときは、あらかじめ甲と協議して日時を決定すること。
- ・不測の事態に備えるため、広告の配信は、甲及び乙の職員が手動で実施できるようにするものとし、配信手順を記載したマニュアル（以下「広告配信マニュアル」という。）を甲に提出すること。

ウ 広告配信の設定

- ・広告媒体は、Googleディスプレイ広告（以下「GDN」という。）及びX広告とすること。
ただし、将来的に他の媒体を追加できる可能性を残す仕様とすること。
- ・GDNの自動配信は令和6（2024）年8月31日までに、X広告の自動配信は令和7（2025）年3月31日までに開始すること。
- ・広告の配信は、大雨警報、洪水警報又は暴風警報の発表後遅滞なく自動で行われる設定とすること。
なお、同一地域で複数の気象警報が発表されたときは、重複して広告を配信しない設定とすること。
- ・次に該当するときは、広告配信が遅滞なく停止する設定とすること。
 - ・対象地域の全ての気象警報が注意報に切り替わったとき。
 - ・対象地域に気象特別警報が発表されたとき。
 - ・上記気象警報の発表情報は、気象庁が伝送するXMLデータにより取得すること。

(2) 広告配信

ア 基本事項

- ・GDNの配信により、県内滞在者（居住者及び観光客等）に対し、気象警報の発表後遅滞なく効果的な情報発信をすることで、ランディングページへ誘導し、適切な避難行動の理解へつなげることを目的とすること。
なお、GDNは、レスポンスディスプレイ広告とすること。
- ・広告の遷移先となるランディングページは、以下のページとする。
 - ・災害時に自身や家族を守るためとるべき行動を確認しましょう！（URL：https://www.pref.tochigi.lg.jp/kurashi/bousai/r5_jissyuu_lp01.html）
- ・広告の配信に当たっては、別紙1「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。

イ ターゲット

- ・気象警報発表時において、対象地域に滞在している全ての者とし、年齢、性別等の属性は問

わない。

ウ クリエイティブの作成

- ・広告のクリエイティブは、対象地域ごとにその名称を記載したデザインとすること。
- ・クリエイティブのデザインは、ユーザの注意を引き、押下を誘引するようなものとする。
- また、災害に対する関心が低いユーザに対して、どのようなメッセージが伝わりやすいのかを検討できるよう複数のパターンを作成し、甲と協議の上決定すること。
- ・クリエイティブの作成に係る写真等を使用する場合において、その一切の調整及び許認可等の手続は、乙が行うこと。

なお、当該事業に関連して甲が所有する写真等の使用が必要な場合は、甲と協議の上、甲が提供する。

エ ランディングページのデザイン

- ・避難行動判定フロー、5段階の警戒レベル等の甲が指示する項目の解説を分かりやすく視覚化し、ハザードマップ、避難所等の甲が指示するウェブページのリンクを設定したデザイン案を提示すること。
- ・デザインは、パソコンでの閲覧のみならず、スマートフォンでの閲覧にも適したものとすること。

オ 広告の配信

- ・広告は、平均クリック単価が40円となることを見込んだ上で、効果の最大化のために最適と考えられる日予算、入札上限単価等の設定を行い配信すること。

カ 効果測定

- ・広告配信の効果測定ができるよう、Googleアナリティクスを設定を行うこと。
- ・広告媒体及びGoogleアナリティクスにより、次の数値等を媒体別、配信地域別、ユーザの属性（年齢、性別）別に計測し、広告配信後3営業日以内に甲に報告するとともに、必要に応じて広告の配信設定の改善策を提案し、甲と協議の上、実施すること。

- ・インプレッション数
- ・ユニークユーザ数
- ・フリークエンシー
- ・クリック数
- ・クリック率
- ・クリック単価
- ・ランディングページ閲覧回数
- ・コンバージョン数
- ・コンバージョン率
- ・コンバージョン単価
- ・本業務におけるコンバージョンは、「ランディングページ内に設定したリンクの押下」とする。
- ・目標KPIの設定
 - ・インプレッション数：ユニークユーザ数の4倍
 - ・ユニークユーザ数：対象地域の人口の85%
 - ・フリークエンシー：4

- ・クリック率 : 0.4%
- ・クリック単価 : 40円
- ・コンバージョン率 : 3%

(3) システム保守管理

ア 基本要件

システム運用開始日から契約期間満了日までの保守管理作業は、本業務内で行うこと。

イ 保守業務内容

- ・平日昼間はもとより、夜間、休日においても確実に広告が配信されるよう保守管理を行うこと。
- ・平均クリック単価が40円となることを見込んだ上で、効果の最大化のために最適と考えられる日予算、入札上限単価等となるよう、随時広告配信設定を修正すること。

ウ 障害対応

- ・広告が正常に配信されないときは、速やかに甲が覚知できる仕様とすること。

7 実施体制の整備

- (1) 委託業務の実施に当たり、責任者を設置するとともに、月1回定例でミーティングを実施するほか、甲の求めに応じてミーティングを実施すること。
- (2) 契約締結後速やかに、本業務の実施体制を甲に報告すること。

8 実績報告書の提出

- (1) 乙は、業務委託完了後、本業務の実施内容を「実績報告書」(任意様式)として取りまとめ、甲に提出し、甲の検査を受けること。
なお、実績報告書に記載すべき項目は、甲と協議の上、決定すること。
- (2) 甲は、必要があるときは、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。

9 成果物等

(1) 提出物及び納入形式

ア バナー広告自動配信システム

- ・クラウド上での構築の場合 実装をもって納入とする。
- ・サーバでの構築の場合 サーバ及びその付属品一式

イ クリエイティブ 電子データ1式

ウ ランディングページ 電子データ1式

エ 広告配信マニュアル 電子データ1式

オ 実績報告書 電子データ1式

(2) 提出期限

令和7(2025)年3月31日(月)

(3) 提出場所

栃木県危機管理防災局危機管理課

10 留意事項

(1) 事業の成果及び成果に関する権利は、全て甲に帰属するものとする。

ただし、乙が蓄積したシステム開発についてのアイデア、ノウハウ、技術用をもとに、乙は、この契約に基づき作成した成果品に係るプログラムと類似のプログラムを、第三者のために作成できるものとする。

上記にかかわらず、成果品のうちプログラムの著作物について乙が従前から有していたプログラムの著作権は、乙に留保するものとする。この場合において、乙は、甲に対し、成果品を利用するために必要な範囲で、著作権法に基づく利用を無償で許諾するものとする。

(2) 各業務上で撮影が必要な場合は、事前に施設等の管理者等に撮影及び撮影した画像・動画配信の許可を得ること。

(3) 特許権、実用新案権、意匠権、商標権その他日本国法令に基づき保護される第三者の権利の対象となっている履行方法等を利用するときは、乙が法律上の権利問題を解消した上で使用すること。

(4) 本仕様書に明示されていない事項又は業務上疑義が生じた場合は、甲乙協議により、業務を進めるものとする。

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、ウェブサイト内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。