

令和 7 (2025) 年度とちぎ・プラ・クリーンアクション業務委託仕様書

本仕様書は、栃木県（以下「甲」という。）が発注するとちぎ・プラ・クリーンアクション委託業務（以下「委託業務」という。）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 業務の概要

(1) 目的

世界で海洋プラスチックごみなどが問題になっているなか、海のごみの多くが街中から来ている現状から、当県においても、栃木からの森里川湖プラごみゼロ宣言（R 1）、栃木県プラスチック資源循環推進条例（R 2）、栃木県プラスチック資源循環の推進に関する基本的な指針（R 3）をプラスチックごみ対策の基本的な柱として取組を進めてきた。その一環として、令和 6（2024）年度は、誰もが取り組みやすい「ごみ拾い」のキャンペーンを行ったところである。

さらに、近年、徹底的に資源を循環し、ごみを出さない「サーキュラーエコノミー（循環経済）」への移行が世界的に求められており、企業だけでなく消費者個人の意識の変革も重要である。

今般、海洋環境の悪化等や、貴重な資源の流出を防ぎ、かつ、誰もが取り組みやすい「ごみ拾い」のキャンペーンを切り口として、プラスチックごみ対策及びサーキュラーエコノミーについて普及啓発し、個人の取組の拡大を図りつつ、行動変容につなげることを目的とする。

(2) ごみ拾いキャンペーンの内容

県内でごみ拾い活動を実施し、キャンペーン期間中に申し込みを行った方から抽選で賞品を提供する。

・ 期間

令和 7（2025）年 10 月 1 日（水）から令和 7（2025）年 12 月 26 日（金）まで

・ 申込み有資格者

上記期間中に県内でごみ拾い活動を実施した個人等

・ 申込み方法

インスタグラムで下記アカウント（県で作成予定）のフォロー及び「#とちぎ 530」を付けて投稿

- ・ ユーザーネーム：@tochigi_530、名前：とちぎ 530

- ・ ユーザーネーム及び名前、ハッシュタグについては、必要に応じて変更可能とする。

(3) 小売店等との連携・協力の内容

小売店等とキャンペーンの PR 面で連携することで、多くの参加者の獲得を図るとともに、小売店等のプラスチックごみ対策の取組を PR することで、県民の行動変容、さらには、取組未実施の小売店等への取組拡大を図る。

- ・ キャンペーンの PR に係る連携

- ・ キャンペーンの PR に協力する店舗等（以下「協力店」という。）であって、プラスチッ

クごみ対策をしている店舗等（以下「プラごみ対策店」という。）の取組を PR

- ・ プラごみ対策店の販売商品等から、キャンペーンの賞品を選定
- ・ プラごみ対策店の中で、飲食店・キッチンカー等が使い捨てプラスチック削減のために容器等を転換しているものについては、ワンウェイプラ削減促進事業の登録を促す。

※ワンウェイプラ削減促進事業とは、飲食物のテイクアウト等で使用される使い捨て容器のプラ削減促進のため、紙製容器などプラスチック以外の素材を使用されている飲食店を県 HP 等で紹介及びお客様へ PR できるミニのぼり旗を配布する事業。

2 業務の内容

(1) 小売店等との連携調整に関すること

県内に店舗を有する小売店等と連携すること。20 店舗を目標とする。

(2) 賞品に関すること

ア 賞品の企画、選定及び調達に関する業務

- ・ 賞品は、プラごみ対策店の販売商品等から選定し、県民の興味を引く魅力的なものを提案すること。
- ・ 賞品に係る経費は、委託料に含まれる。協賛品としての提供が可能である場合は、提供できるよう調整すること。
- ・ 委託業務において調達する賞品の件数は、多数の事業参加を促すよう工夫し設定すること。
- ・ 賞品は甲の承認を得て決定すること。
- ・ 乙は、決定した賞品に関する写真や紹介文等の PR 素材を甲に提出すること。
- ・ 賞品については、見直しを含め甲の要望に柔軟に対応すること。

イ 賞品当選者の抽選に関する業務

- ・ 月 1 回、賞品の当選者を決定するための抽選を行うこと。
- ・ 抽選に関する詳細は、甲乙協議の上決定する。

ウ 賞品当選の連絡に関する業務

- ・ 月 1 回、賞品当選者に対し、賞品の当選に関する連絡を行うこと。
- ・ 賞品の抽選から当選に関する連絡は、特別な事情が生じた場合を除き、概ね 2 週間以内に行うこと。

エ 賞品の発送に関する業務

- ・ 乙は、甲からの賞品発送指示に基づき、プラごみ対策店等に対して賞品を発注し、確実に当選者に届けること。ただし、乙の管理の下に生産者等から直接当選者に発送することを妨げない。
- ・ 賞品の発送は当選のお知らせ後から速やかに行い、各月の申込み締め切り後遅くとも 1 月以内には当選者の元に届くよう行うこと。
- ・ 賞品発送後の当選者からの問い合わせに対応すること。
- ・ 乙は甲に対し、毎月発送状況の報告を行うこと。
- ・ 賞品の品質等の不良による補償等については、乙の過失によるもの以外は生産者等の

責任・負担となることから、乙と生産者等の間で契約書等によりその旨確認を行うこと。

(3) キャンペーンのプロモーションに関すること

キャンペーンの目的は、県民のごみ拾いの輪を広げると共に、資源循環やごみ削減について考える契機とすることであることから、より効果的にキャンペーンを PR するため、キャンペーン期間中、最低月 1 回以上インスタグラム広告等を行うこと。なお、キャンペーン期間前であっても甲乙協議の上、インスタグラム広告等を行うこと。また、その他効果的と思われる媒体があれば提案すること。

ア 広告の仕様

- ・ デザインについては甲と協議の上、訴求する内容を的確に表現したものとする。
- ・ 広告で使用した電子データも納品すること。

イ ターゲット

- ・ 広告に効果的なターゲット層を提案すること。

ウ 目標 KPI

- ・ 広告クリック数 10,000 以上とする。ただし、キャンペーン参加状況等を踏まえ、目標の変更がより効果的と判断される場合には、甲乙協議の上 KPI を変更することとする。

エ 小売店等と連携した PR

- ・ 小売店等と連携した PR として、インスタグラム等の活用、協力店への期間中のごみ箱設置、イベントへの出展又は開催等を提案すること。

オ 県 HP

- ・ 県 HP にキャンペーン等に係るページを作成するため、デザインやレイアウト等を提案すること。

カ その他

- ・ インスタグラム広告配信を行うにあたり、広告用アカウントを準備すること。また、それに伴って必要となる投稿アカウントは、県で作成した投稿アカウントを使用すること。

(4) プラごみ対策店の取組に係る PR 資材の作成等に関すること

協力店のプラスチックごみ対策の取組状況を把握し、当該取組を効果的に PR する普及啓発資材を作成すること。

ア 協力店のプラスチックごみ対策実施状況の把握等

- ・ 実施状況を把握するための適切な方法を提案すること。

イ 協力店のプラスチックごみ対策に係る PR

- ・ インスタグラム等を活用し、協力店のプラスチックごみ対策の取組を PR すること。

(5) インスタグラムの運用に関すること

- ・ キャンペーン期間中は、「#とちぎ 530」が付与された投稿の中から、最低週 1 回以上リポスト投稿を実施すること。
- ・ リポスト投稿の実施に当たっては、ユーザーの共感を得るまたは興味関心を喚起する

ような記事作成を行うこと。

- ・ リポスト投稿内容について、事前に甲の了解を得ること。
- ・ リポスト投稿内容の作成に必要な取材（協力者の選定、協力者等の肖像権、著作権等に係る調整、配信媒体の同意を含む一切の調整及び許認可等の諸手続等）は、乙で行うこと。
- ・ 上記のほか、インスタグラムの機能を活用した効果的な運用方法があればあわせて提案すること。
- ・ キャンペーンに関する質問があった場合は、概ね3日以内に返答すること。
- ・ アカウントや各投稿のインサイトを分析し、フォロワーやハッシュタグ投稿数の増加につながるよう、フォロワー外へのリーチ増や各投稿のエンゲージメント率を高めるための改善を図ること。なお、分析の結果について月に一度報告を行い、必要に応じて改善提案すること。

(6) 効果検証に関すること

- ・ 2(3)において配信した広告媒体のデータや Google アナリティクスなどから、ランディングページ閲覧回数、広告の表示回数、閲覧者の属性（年齢、地域、特性等）等を広告からの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、絞り込み等改善策を甲と協議の上、実施すること。
- ・ 広告配信期間中、月1回以上を目安に打合せを実施し、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、定期的にレポートを提出すること。
- ・ 広告配信完了後に、事業の結果分析を実施の上、「分析結果報告書」を速やかに提出すること。
- ・ 各キャンペーン終了後、期間中のフォロワー増数やハッシュタグ投稿数の結果を報告すること。なお、現在 Instagram の管理画面では当該数値の把握ができない仕様となっているため、ソーシャルリスニングツール等を活用し数値の集計を実施するものとする。また、ハッシュタグ投稿数等の把握に係る経費は委託費に含むこと。
- ・ 当該キャンペーン効果を把握するため、適切な方法で効果検証を実施すること。
- ・ 乙は、本事業の実施結果について、県 HP やインスタグラムで発信を想定した資料（電子媒体）を作成し、提出すること。

3 その他

上記2の詳細については、別途甲と協議の上決定することとし、記載の成果と同等以上の成果が得られる場合、内容を一部変更可能とする。

4 委託期間

契約締結日から令和8（2026）年2月27日（金）まで

5 実施計画書及び報告書等の提出

- (1) 乙は、契約締結後遅延なく、乙が提案した企画提案書を基に、具体的な業務内容を甲と協議し、「実施計画書（任意様式）」を作成して甲に提出すること。
- (2) 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、Instagramの運用実績（投稿回数、インサイト）、キャンペーンの実施実績（期間や回数、広告配信に係る結果、賞品発送実績など）、効果検証の結果を記載すること。
- (3) 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。

6 権利の帰属

委託業務の成果に関する著作権（著作権法第 21 条から第 28 条までに規定する権利をいう。以下「著作権」という。）は甲に帰属するものとし、乙は著作者人格権（著作権法第 18 条第 1 項、第 19 条第 1 項及び第 20 条第 1 項に規定する権利をいう。）を主張しないものとする。ただし、制作物の全部又は一部に乙が既に著作権を有するものが含まれている場合には、その旨を事前に甲に通知し、当該著作権の取扱いについては、協議の上、定めるものとする。

7 秘密保持

乙は、本業務により知り得た情報について、本業務以外の目的で使用し、又は第三者に漏えいしてはならない。委託業務が終了し、又は委託業務が解除された後においても同様とする。

8 留意事項

- (1) 業務の処理に当たっては、他人の名誉、信用、プライバシー権、その他の権利を侵害しないよう留意するとともに、個人情報の取扱を適正に行うものとする。
- (2) 業務上必要と認められるもので本仕様書に定めのない事項及び業務遂行上疑義が生じた事項は、甲と乙の両者が協議し進めるものとする。
- (3) 乙は、本仕様書に定めのない事項であっても、甲が必要と認める軽易な事項については契約金額の範囲内で実施するものとする。
- (4) 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」のうち本業務に該当する項目を実施すること。

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。