

令和 7 (2025) 年度とちぎ観光デジタルマーケティング・インバウンド誘客促進事業
企画提案仕様書

1 件名

令和 7 (2025) 年度とちぎ観光デジタルマーケティング・インバウンド誘客促進事業

2 委託期間

契約締結の日から令和 8 (2026) 年 3 月 27 日 (金) まで

3 事業の目的

本県の観光資源の魅力を伝え、海外誘客を促進していくためには、本県の海外における認知度がいまだに低いことを踏まえると、ターゲットを明確にした確実なプロモーションが必要である。栃木県国際観光推進協議会（以下「委託者」という。）では令和元(2019)年度からデジタルマーケティングの手法により本県の認知度向上を図るとともに、プロモーション戦略の基礎となる事業成果の収集・分析を実施している。

こうした中、コロナ禍を経て、また円安基調も相まって訪日観光への需要は拡大を続けている。さらに、令和 7 (2025) 年 4 月～10 月にかけて大阪府で開催される日本国際博覧会では、約 350 万人と多数の訪日客が来場することが予想されており、これらの好機を逃さず、デジタルマーケティングの手法を活用し本県への誘客を促進していく必要がある。

そこで本事業は、引き続きマーケティング発想により、効果的かつ効率的なデジタルプロモーションを実施し、本県の認知度向上及び訪県意欲の増進を図ることを目的とする。

4 参考資料

受託者は、過去実施した事業で策定した戦略等や、作成したコンテンツ等（以下【参考】を参照）を有効に活用し、本県の認知度、外国人観光客宿泊数等の現況を十分に理解し、業務ごとの検証スキームを明示した上で、本事業の実施を通じて効果的かつ効率的に本県の魅力を訴求すること。

※本業務は、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」に留意して実施すること。

【参考】

- (1) インバウンド観光誘客マネジメント事業策定レポート（以下「マネジメントレポート」という。）

ア 「マーケティング手法を活用したインバウンド誘客に向けて」：

https://www.tochigi.ji.or.jp/wp-content/uploads/corporation/2025/03/tochigi_inboundreport_2025.pdf

- (2) 万博プロモーション戦略

ア 「令和 5 (2023) 年度大阪・関西万博来場インバウンド誘客プロモーション戦略策定事業」で策定された「大阪・関西万博来場インバウンド誘客プロモーション戦略」（以下「万博プロモーション戦略」という。）：

<https://www.tochigi.ji.or.jp/wp-content/uploads/2024/03/4ab58e8502246027809545f389aa2db5.pdf>

(3) 栃木県Instagramアカウント（英語、繁体字、日本語を表記）

ア https://www.instagram.com/visit_tochigi_official2

(4) 栃木県Facebookアカウント

ア 繁体字：<https://www.facebook.com/profile.php?id=100037660697095>

イ 英語：<https://www.facebook.com/profile.php?id=100064302147126>

(5) 栃木県観光情報ウェブサイト内 特集ページ「For First-Time Visitors」

ア 繁体字：<https://www.visit-tochigi.com/zh-tw/special-features/pages/first-time-visitors/>

イ 英語：<https://www.visit-tochigi.com/special-features/pages/first-time-visitors/>

ウ タイ語：<https://www.visit-tochigi.com/th/special-features/pages/first-time-visitors/>

(6) 栃木県観光情報ウェブサイト内 万博特集ページ

ア 繁体字：<https://www.visit-tochigi.com/zh-tw/special-features/了解源於水的魅力-超越-2025年世博會-栃木的水景/>

イ 英語：<https://www.visit-tochigi.com/special-features/the-secret-is-the-water-beyond-expo-2025-tochigis-water-blessed-vistas/>

5 委託内容

(1) KOL活用情報発信業務

マネジメントレポートの内容を踏まえ、訪日旅行検討層・来訪層の本県への誘客促進を図るため、以下の【ターゲット】に影響力を持つと考えられるKOL（key Opinion Leader）の招請・取材・撮影を通して、【ターゲット】に訴求すると考えられる本県観光素材を複数盛り込んだ動画コンテンツを制作し、SNSを活用して効果的に配信するとともに、今後の指標となる制度の高い配信データの蓄積や収集・分析を行うこと。

【ターゲット】

対象市場は次の5市場とし、各市場のターゲットについては、マネジメントレポートに記載の各ペルソナの設定の基となった以下のタイプの層とする。（以下【ターゲット】という。）

- ・台湾：積極消費タイプ
- ・香港：高アンテナ共感者タイプ
- ・米国：積極消費タイプ
- ・タイ：積極消費タイプ
- ・ベトナム：マイペースな冒険家タイプ

ア KOLの招請・取材・撮影

(7) 被招請KOLの選定・招請

- a 【ターゲット】に影響力を持つと考えられるKOLを各対象市場1名以上、計5名以上選定、招請することとし、選定理由を企画提案書に具体的に記載すること（フォロワー数、フォロワーの傾向は必ず記載）。なお、実際の被招請者については、企画提案の内容を踏まえ、委託者との協議により決定するものとする。

- b 被招請者候補の選定条件は以下とし、国外からの招請で無くても可とする。
 - 被招請者は主にFacebookやInstagramの独自のアカウントで訪日旅行の情報を【ターゲット】に向け発信の実績があり、イに記載の動画コンテンツの制作・発信が効果的かつ効率的にできる者とする。
 - 被招請者は原則として日常会話程度の日本語ができる者とする。但し、(エ)cに記載の通訳を手配することで、意思疎通が十分可能と判断できる場合は、この限りではない。
 - c 被招請者に対して、事業実施前に必要な連絡及び調整を行うこと。
 - d 被招請者の宿泊費・交通費・飲食費・施設入場料・体験料・取材費・動画制作費等は、委託料に含むものとし、被招請者との契約締結や支払いは受託者が行うこと。
- (イ) 取材・撮影の企画・調整・手配・運営
- a イの業務を行うにあたり、必要な取材・撮影の招請行程及び招請時期を企画提案書により提案すること。なお、実際の行程及び日時については、企画提案の内容を踏まえ、委託者との協議により決定するものとする。
 - b 取材訪問先への連絡、調整を行うこと。また、事前に制作する動画への使用許可を得て権利上問題が発生しないよう必要な措置を行うこと。
- (ウ) 被招請者に対する交通・食事・宿泊等の手配
- a 被招請者全員分の居住地から本県までの交通の手配（航空券含む）を行うこと。
 - b 県内の移動については、専用車の手配を行うこと。
 - c 被招請者全員分の全訪問先における宿泊、飲食、施設入場等の手配を行うこと。
- (エ) 添乗員及び通訳の手配
- a 全行程における被招請者の引率のために、添乗員を1名手配し、その実施につき滞りのない運営ができる体制を構築すること。
 - b 添乗員は行程中、取材する施設等との必要な調整を行うこと。
 - c 被招請者が日本語での日常会話が困難な場合には、委託者からの同行者、視察先説明者との円滑な意思疎通を支援するため、通訳を手配すること。意思疎通等に支障がなければ、添乗員が通訳を兼ねることも可とする。
 - d 添乗員及び通訳の宿泊費・交通費・飲食費・施設入場料・体験料は委託料に含むこと。
- イ 動画コンテンツの制作・発信
- (ア) テーマ・構成
- a 各市場の被招請者が制作する動画コンテンツで扱う観光素材（自然、歴史、文化、体験、人・モノ、食・県産品等）について、【ターゲット】の認知向上・観光誘客に資するストーリー性のあるテーマを設定の上、選定することとし、企画提案書により提案すること。なお、実際の構成については、企画提案の内容を踏まえ、委託者との協議により決定するものとする。
 - b 制作する動画コンテンツはPOV視点（登場人物の視点）を基調とし、視聴者に臨場感を与えかつ共感を得る構成とすること。

(イ) 制作本数

- a 各5市場3本以上 計15本以上制作すること。

(ウ) 再生時間・サイズ

- a 60秒～90秒程度を目安とすること。
- b (カ) 動画コンテンツ活用情報発信及びウ 動画コンテンツ活用広告配信の実施に最適な動画サイズを企画提案書により提案すること。なお、実際の動画サイズについては、企画提案の内容を踏まえ、委託者との協議により決定するものとする。

(エ) 言語・音響

- a 各市場の言語で、訴求する各テーマを分かりやすく解説したり、取り上げたコンテンツを紹介したりするタイトルやテキストを動画上へ配置すること。
- b 制作する各動画のテーマに適したサウンドをつけること。

(オ) 編集・修正

- a 制作する動画に採用する (エ) aのタイトルやテキスト、採用観光素材のキャプチャーと秒数を記載した絵コンテを作成し、1回以上修正に応じること。
- b 制作する動画は委託者に仮納品し、2回以上修正依頼に応じること。

(カ) 動画コンテンツ活用情報発信

- a 制作した動画コンテンツは、委託者の承認を受けた後、被招請者が保有するFacebookやInstagramアカウントで投稿すること。
- b 【ターゲット】や発信する媒体の傾向を踏まえ、エンゲージメント数の最大化を図る投稿方法（フィード投稿、ストーリーズ投稿、リール投稿、共同投稿等）について投稿サンプル及び投稿回数、獲得が想定されるエンゲージメント数を明示した上で、企画提案書により提案すること。なお、実際の投稿方法等については、企画提案の内容を踏まえ、委託者との協議により決定するものとする。
- c 被招請者が発信する投稿文については各市場の言語で作成し、投稿前に受託者が日本語に翻訳し委託者に確認を受けること。
- d 各投稿にあたっては4【参考】(3)や(4)の委託者のアカウントをタグ付けし、委託者が指定するハッシュタグを入れるなど委託者のアカウントと連携を図ること。
- e 上記aで発信した投稿や制作した動画コンテンツを、委託者が行うプロモーションにおいても活用できるよう、被招請者に承諾を得ること。

ウ 動画コンテンツ活用広告配信

(7) 配信内容

- a 制作した動画コンテンツを活用し、【ターゲット】へ向け広告配信を行うこと。
- b 広告からのランディング先は、以下各ページとすること。
 - ・台湾・香港：4【参考】(5)ア 繁体字ページ
 - ・米国・ベトナム：4【参考】(5)イ 英語ページ
 - ・タイ：4【参考】(5)ウ タイ語ページ
- c 広告配信におけるコンバージョンは、エンゲージメントとすること。

- d 広告プラットフォームは、Meta広告を活用し、対象市場及び【ターゲット】へのリーチ確度の高い配置について、目的に応じた最適な配信方法や配信回数の目安とともに企画提案書により提案すること。なお、配信方法や配信回数については、企画提案の内容を踏まえ、委託者との協議により決定するものとする。

(イ) 配信費用

- a 広告配信実費費用は計3,500,000円（消費税、業務管理費除く。）以上とすること。なお、各市場・媒体の予算配分について、企画提案書により提案すること。なお、実際の予算配分については、企画提案の内容を踏まえ、委託者との協議により決定するものとする。

(ウ) 配信時期・期間

【ターゲット】の傾向を踏まえた、配信時期や期間とし企画提案書により提案すること。なお、実際の配信時期や期間については、企画提案の内容を踏まえ、委託者との協議により決定するものとする。

(エ) 配信設定

- a 「Call-to-Action」等を活用してウェブサイトへの誘導及びコンバージョンの最大化を図ること。
- b 広告からのウェブサイト流入の計測や見込み客の分析のため、広告のリンク先URLにパラメータ等を設定してリマーケティングリストを蓄積し、広告とウェブサイトのGoogle Analyticsとの連携設定等を適切に行うこと。
- c 広告の実施状況を確認するための操作及び閲覧の権限を委託者に付与し、アカウント及びパスワードを委託者に開示すること。

(オ) 目標数値

ウ(ア) c に記載のコンバージョン数は1,500,000回以上とする。なお、目標数値を達成した場合も、予算の続く限り事業効果の最大化を目指して事業を継続すること。

(カ) その他提示すべき数値

- a Meta広告ランディングページへの誘導バナークリック数
- b ウ(ア)bのランディングページに設置されている各種OTAページへの誘導リンクバナーのクリック数
- c 上記a及びbについて、想定する数値をシミュレーションと共に企画提案書において提示すること。

(キ) 広告配信の実施に基づく効果測定及び報告業務

- a 業務状況をモニタリングし、スピード感を持つ的確に対応すること。
- b ウェブサイトの閲覧回数、広告の表示回数、閲覧者の属性（年齢、地域、特性等）等を各プラットフォームからのサイト誘導状況等を分析しながら、定期的かつ委託者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委託者と協議の上で実施すること。
- c 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、委託者と協議の上で決定すること。
- d 事業完了後、速やかに実績報告書を制作し、委託者に提出すること。

- e 提出する実績報告書には、広告配信のインプレッション数、クリック数、各ページの閲覧数、閲覧者の地域内訳、広告経由のコンバージョン数等、抽出可能なデータの実績を含むこと。
- f 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の改善提案を実績報告書に記載すること。

(2) 万博特集ページ広告配信・誘導等業務

万博プロモーション戦略を踏まえ、令和6(2024)年度大阪・関西万博来場インバウンド誘客プロモーション事業で造成したツアーの販売等による誘客促進を図るため、委託者が別途制作した動画コンテンツを活用して、効果的に広告配信を行うとともに、今後の指標となる精度の高い配信データの蓄積や収集・分析を行うこと。

【万博誘客ターゲット】

対象市場は次の2市場とし、各市場のターゲットについては、マネジメントレポートに記載の各ペルソナの設定の基となった以下のタイプの層を中心とする。なお、すでに万博等を目的に日本に来訪している層もターゲットとすること。

- ・台湾：積極消費タイプ
- ・米国：積極消費タイプ

ア 配信内容

- (7) 万博プロモーション戦略で定めた『いのち育む「とちぎの水」』をテーマに令和6(2024)年度に委託者が作成した動画コンテンツを活用し【万博誘客ターゲット】へ向け広告配信を実施すること。動画データは事業開始後に委託者から提供するが、4【参考】(3)のInstagramアカウントの以下動画を参考とすること。

【動画】 <https://www.instagram.com/stories/highlights/18061095442928791/>

- (4) 広告からのランディング先は、以下各万博特集ページとすること。
 - ・台湾：4【参考】(6)ア 繁体字ページ
 - ・米国：4【参考】(6)イ 英語ページ
- (5) 広告プラットフォームは、Meta広告を活用し、対象市場及びターゲットへのリーチ確度の高い配置とすること。なお、配置、目的に応じた最適な配信方法及び配信回数目安は、企画提案の内容を踏まえ、委託者との協議により決定するものとする。
- (エ) 広告配信におけるコンバージョンは、万博特集ページ内の万博ポータルサイト旅行商品紹介ページへの誘導リンクバナーのクリックとすること。なお、Meta広告ランディングページへの誘導バナークリック数をマイクロコンバージョンとする。
- (オ) 事業開始後委託者から提供される令和6(2024)年度事業の広告配信内容や結果を分析し、広告を最適化するためのバナーの制作、動画・画像・コピーライティング編集についても実施すること。

イ 配信費用

- (7) 広告配信実費費用は原則として各ターゲット700,000円（消費税、業務管理費除く。）以上、計1,400,000円以上（消費税、業務管理費除く。）とすること。なお、各市場・媒体の予算配分について、企画提案書により提案すること。なお、実際の予算配分については、企画提案の内容を踏まえ、委託者との協議により決定するものとする。

ウ 配信期間

- (7) 配信期間は万博開催期間中とし、事業開始後委託者と協議の上決定すること。なお、(1)KOL活用情報発信業務と同時期の配信とならないよう留意すること。

エ 配信設定

- (7) (1)KOL活用情報発信業務ウ(エ)の配信設定と同様とすること。

オ 目標数値

- (7) ア(エ)のコンバージョン数：提案による
- (イ) 上記(7)の数値については、シミュレーションと共に企画提案書により提案すること。なお、実際の数値については、企画提案の内容を踏まえ、委託者との協議により決定するものとする。
- (ウ) 上記目標数値を達成した場合も、予算の続く限り事業効果の最大化を目指して事業を継続すること。

カ その他提示すべき数値

- (7) ア(エ)のマイクロコンバージョン数について、想定する数値をシミュレーションと共に企画提案書において提示すること。

キ 広告配信の実施に基づく効果測定及び報告業務

- (7) (1)KOL活用情報発信業務ウ(キ)の効果測定及び報告業務と同様とすること。

6 留意事項

- (1) 本事業の実施に当たっては、関係法令を順守し、各業務の詳細について委託者と協議を重ねながら適正に履行し、進捗状況を綿密に委託者に報告すること。
- (2) 各業務上で必要となる観光地・観光関連施設管理者等へのアポイントメント、取材や動画及びウェブ等への掲載許諾などは、全て受託者の責任において行うこと。
- (3) 見積書や請求書において、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記載すること。
- (4) 本事業に係るアポイントメント、調整、取材、撮影、編集・校正、制作・運用、調査、分析、報告等の一切の経費は、全て当初委託金額に含むこと。
- (5) 本仕様書により制作された成果物の一切の著作権（著作権法第27条及び第28条の権利を含む。）は、完了検査をもって委託者及び栃木県に全て移転すること。
- (6) 事業の成果は、委託者及び栃木県に帰属する。
- (7) 受託者は、委託者が認めた場合を除き、成果物に係る著作権者人格権を行使できない。
- (8) 成果物については、第三者の肖像権、知的財産権等を侵害していないことを保証すること。
- (9) 第三者が有する肖像権、知的財産権等の侵害の申立を受けたときには、受託者の責任（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。

- (10) 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こと。
- (11) 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委託者と受託者が協議の上で定めること。
- (12) 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。

7 成果物

(1) 提出物

- ・実績報告書（A4 判）紙媒体 1 部及び DVD-ROM 1 枚又は USB メモリ 1 個
- ・制作動画データ DVD-ROM 1 枚又は USB メモリ 1 個
- ・実施した広告配信のローデータ DVD-ROM 1 枚又は USB メモリ 1 個

※実績報告書の提出にあたっては、事前に委託者の承認を受けること。

※各データはひとつの媒体に収めてもよい。

(2) 提出場所

栃木県国際観光推進協議会事務局（栃木県産業労働観光部観光交流課内）

(3) 提出期限

令和 8 (2026) 年 3 月 27 日（金）まで

8 総括責任者

受託者は、本事業の実施に当たり、十分な経験を有するものを業務遂行上の責任者として定めなければならない。また、企画提案時点で確約するものとし、原則として変更できないものとする。

9 提出書類

委託契約書に定めるもののほか、その他委託者が業務確認に必要と認める書類を、契約締結時に速やかに提出すること。

10 提案内容

以下の項目を盛り込んだ企画提案書を提出すること。※記載順序は任意とする。

- (1) 企画提案者の概要等
- (2) 企画提案内容
 - ・「5 委託内容」に記載の業務に関する実施内容案
 - ・「5 委託内容」に記載の業務内容以外に独自に提案できる事項がある場合は、その内容
- (3) 業務スケジュール
- (4) 業務実施体制
- (5) 国又は地方公共団体等における同様の受注業務実績
- (6) 見積額（合計額だけでなく、業務内容毎に積算内訳を記載すること。）

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。