

令和6（2024）年度デジタルメディア広告強化事業業務委託仕様書

本仕様書は、栃木県（以下「甲」という。）が発注する令和6（2024）年度デジタルメディア広告強化事業を受注する者（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

令和6（2024）年度デジタルメディア広告強化事業

2 業務の目的

観光PR動画を制作・デジタル媒体で配信し、制作した動画の配信による効果を検証するため、広告を視聴した観光客がどの程度来訪しているかを調査、分析し、より栃木県への来訪意欲を喚起させる配信を実施することで、宿泊者数及び県内観光消費額の増加を図る。

3 委託料

13,971,920円（消費税額及び地方消費税額を含む。）を上限とする。

4 委託期間

契約締結の日から令和7（2025）年3月31日（月）まで

5 委託業務概要

(1) 動画コンテンツ制作業務

ア 主たるターゲットを首都圏及び愛知県に在住する国内旅行に関心がある40代男女とし、感覚的に見入ってしまうことが期待される動画コンテンツ（以下、「動画」という。）を制作すること。

イ 視聴後に、栃木県への来訪意欲を喚起するものであること。

ウ 「平日の1泊2日以上2人（夫婦、カップル）旅の日記」をテーマとしたストーリー性のある内容とし、温泉・グルメ・絶景等の栃木県の特徴あるコンテンツから動画を構成すること。

エ ターゲットを意識した「高級感」や「贅沢さ」のある内容とすること。

オ 旅行者の視点でスポットや行程を紹介し、旅行を疑似体験させることによって、栃木県への来訪を促す内容とすること。

カ これまで甲で取り組んできた国内観光プロモーションの内容を十分把握し、違和感なく入り込めるものとする。

キ 動画タイトル等は、訴求する内容を的確に表現したタイトルデザインとし、制作

した動画上への配置を行うこと。

ク 出演者、字幕及びナレーション等の利用については、最適な手法を提案し、甲と乙で協議の上で決定すること。

ケ 動画の展開と音響とのリンクを意識すること。

コ 動画本編の制作本数は1本以上とし、再生時間は5分以内を目安とするが、動画内容に応じた最適な本数及び再生時間を提案し、甲と乙で協議の上で決定すること。

サ ダイジェスト版として、30秒程度及び15秒程度の動画も制作すること。

シ 動画内容に応じた最適な再生時間を提案し、甲と乙で協議の上で決定すること。

ス 動画の制作時期については、(2)ケを鑑み、原則として、令和6(2024)年9月30日(月)までとするが、甲と乙で協議の上で決定するものとする。

セ 動画制作に当たっては、新規撮影を原則とすること。ただし、甲が過去に制作した以下の動画の映像素材についても使用可能とする。

[Spring] Tochigi Japan in 8K - 日光・那須／栃木
(<https://youtu.be/LDdcn5Plr90>)

[Summer] Tochigi Japan in 8K - 日光・那須／栃木
(<https://youtu.be/gEqFUwUb1VA>)

[Autumn] Tochigi Japan in 8K - 日光・那須／栃木
(<https://youtu.be/xVLgnQV800c>)

[Winter] Tochigi Japan in 8K - 日光・那須／栃木
(<https://youtu.be/rHDIitixUHAA>)

[Spring/Digest] Tochigi Japan in 8K - 日光・那須／栃木
(<https://youtu.be/jkOet8Zmk4o>)

[Summer /Digest] Tochigi Japan in 8K - 日光・那須／栃木
(<https://youtu.be/mCZK3-fBj6c>)

[Autumn /Digest] Tochigi Japan in 8K - 日光・那須／栃木
(<https://youtu.be/gPJpuB9Gzxk>)

[Winter /Digest] Tochigi Japan in 8K - 日光・那須／栃木
(<https://youtu.be/Dfgp0ZCVFhc>)

四季で楽しむ栃木の自然 Nature of Tochigi to enjoy in four seasons
(<https://www.youtube.com/watch?v=E29eNicWvTk>)

ソ 制作する動画は、パソコン、タブレット及びスマートフォンからそれぞれ違和感なく視聴できるものとする。

タ 動画制作に当たり必要となる経費は、全て当初の契約金額に含むものとする。

チ 動画制作に当たり必要となる一切の調整及び許認可等の諸手続き等は、乙自身で行うこと。

ツ 実施時期や実施期間により撮影困難なシーン（季節感のある動画及びイベント関連の動画等）がある場合は、甲と乙で協議の上で既存の動画データ等を取得することを認めることとする。

テ 制作する動画は、ウェブサイトや動画共有サービスで再生可能なファイル形式とすること。

(2) 動画広告業務

ア (1)で制作する動画について、YouTubeを活用した動画広告の配信を行うこと。

イ 栃木県の観光・旅行情報サイト「とちぎ旅ネット」へのアクセスを誘導し、潜在旅行者の来訪意欲を喚起すること。

ウ 配信方法等について、動画共有サービスに掲載した動画がインターネット上で広く視聴されるよう、広告手法は興味関心層への的確なリーチを考慮し、スキップ対応可能な手法を取り入れる等工夫を行うこと。

エ 動画広告配信予算を設定し、予算の限り事業効果の最大化を目指して実施すること。

オ 「Call-to-Actionオーバーレイ※1」等を活用してウェブサイトへの誘導を図ること。

カ 広告価値毀損の課題「ビューアビリティ※2」「アドフラウド※3」「ブランドセーフティ※4」については、甲に対する透明性の確保に努めること。

※1 Call-to-Actionオーバーレイ：動画再生画面上で指定した外部サイトへのクリックを促す設定

※2 ビューアビリティ：広告が実際に閲覧可能な状態で表示されているか。

※3 アドフラウド：広告が“機械”ではなく、“人”に対して表示されているか。

※4 ブランドセーフティ：広告が適切なサイトやコンテンツに表示されているか。

キ YouTube広告での動画の視聴回数は、広告経由で600万回を下限とし、目標KPI（広告経由以外も含む動画の視聴回数）を設定すること。

ク 目標KPIで示した値を達成した場合も、予算の限り事業効果の最大化を目指して広告配信すること。

ケ 動画広告の配信時期については、原則として、令和6（2024）年5月中旬から6月中旬の1か月間（以下、「配信1回目」という。）及び令和6（2024）年10月中旬から11月中旬の1か月間（以下、「配信2回目」という。）の2回とするが、甲と乙で協議の上で決定するものとする。

コ (3)で掲げる来訪者計測を実施することも考慮すること。

サ 配信する動画広告については、原則として、配信1回目においては、(1)セで掲げた甲が過去に制作した動画とし、配信2回目においては、(1)で掲げた業務で

制作する動画とするが、甲と乙で協議の上で決定するものとする。

シ 配信エリアは、原則として、配信1回目は首都圏とし、配信2回目は首都圏及び愛知県とするが、甲と乙で協議の上で決定するものとする。

ス 動画共有サービスに係るアカウントの取扱いについては、別紙「デジタルプロモーション等実施における留意事項」に準ずること。

セ 動画共有サービスへの掲載に必要な設定（動画のタイトル、説明、タグ、カテゴリ、公開範囲及びサムネイル等）を効果的に行うこと。

(3) 来訪者計測、効果測定及び報告業務

ア YouTubeでの動画広告配信について、位置情報提供サービスと連携し、広告を配信したユーザーのうち実際に栃木県内の特定スポットを来訪した人数を対象スポット別・ユーザーの属性別に測定すること。

イ 計測スポットは、栃木県内の観光地において、甲と乙で協議の上で設定すること。

ウ 計測にあたり計測スポットの設定、登録作業等が必要な場合は、乙側で調整の上適切に実施すること。

エ 業務状況をモニタリングし、スピード感を持って状況に的確に対応すること。

オ 業務の効果検証を実施し、今後の改善策の提案を行うこと。

カ 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、甲と乙で協議の上で決定するものとする。

キ 甲でデジタルプロモーションを実施することを前提として、広告媒体の「行動リターゲティング※5」によるアクセス者分析を行うため、「見込み客リスト」の蓄積を行うこと。

※5 行動リターゲティング：特定の動画やウェブサイト等を視聴・閲覧したインターネット利用者等の興味関心を推測し、ターゲットを絞り込んでいくこと。

ク 広告の表示回数、動画の視聴回数、視聴者の属性（年齢、地域、特性等）等を動画からの「とちぎ旅ネット」への誘導状況等を分析しながら、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乙で協議の上で実施すること。

ケ 広告の実施状況を確認するための閲覧方法等、甲で基本的な分析手法を理解するため、仕組み、操作、見解等についての説明を実施すること。

コ 上記の結果分析及び改善提案のため、本業務が栃木県の認知、関心等の向上へ与えた影響について、「ブランドリフト調査※6」及び「サーチリフト調査※7」を実施すること。

※6 ブランドリフト調査：広告に触れた人と触れなかった人に分け、前者が後者より認知度向上の効果が上がったかどうかを測る調査

※7 サーチラフト調査：広告に触れた人と触れなかった人に分け、二つのグループの検索行動データから、動画広告がその後の検索活動に反映されたかどうかを図る調査

サ 本業務は、別紙に記載するアカウントの取扱いに準じて、実施すること。

6 提出物及び提出期限

(1) 契約締結時に速やかに提出するもの

ア 企画提案の内容を基に、業務スキームや広告配信時期も含めた委託業務全体のスケジュール及び目標KPIについて盛り込んだ「業務企画書」（「業務計画書」及び「実施工程表」を含む。）

イ 総括責任者通知書

ウ その他甲が業務確認に必要と認める書類

(2) 各業務完了後に提出するもの

ア 5 (1) で制作した動画コンテンツを収めたDVD-ROM 2 枚又はHDD 2 個

※リエディット可能なマスターデータ及びMPGE-4形式は必須

令和6（2024）年9月30日（月）までに提出すること。

イ 業務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収めたDVD-ROM 2 枚又はHDD 2 個

配信1回目及び配信2回目の完了後速やかに（具体的な提出期限については甲と乙で協議の上で決定する。）提出すること。

ウ その他甲が業務確認に必要と認める書類

(3) 業務完了後に提出するもの

ア 業務完了報告書

イ 実績報告書（A4判）紙媒体3部及びDVD-ROM 2 枚又はHDD 2 個

令和7（2025）年3月31日（月）までに提出すること。

ウ その他甲が業務確認に必要と認める書類

7 留意事項

(1) 本業務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。

(2) 各業務上で撮影が必要な場合は、事前に管理者等に撮影及び動画配信の許可を得ること。

(3) 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。

(4) 納品動画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。

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

る。

- (6) 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。
- (7) 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。
- (8) 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、業務終了後も同様とする。
- (9) 業務実施のための個人情報の取扱いについては、個人情報の保護に関する法律（平成15年法律第57号）及び行政手続における特定の個人を識別するための番号の利用等に関する法律（平成25年法律第27号）その他の個人情報の保護に関する法令等を遵守し、個人の権利利益を侵害することのないよう、個人情報の取扱いを適正に行わなければならない。
- (10) 甲は、必要に応じ、乙に対して委託業務の処理状況について調査し、報告を求めることができる。
- (11) 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、宿泊費、車両コーディネート費、各種データ費等）は、全て委託料に含むこと。
- (12) 見積書や請求書において、「動画等制作費」、「広告配信費」、「分析レポート費」を別立てで計上し、積算すること。
- (13) 本業務に係る動画共有サービスのIDを取得した場合は、ID及びパスワードを甲に開示し、譲渡すること。
- (14) 広告の実施状況を確認できるよう、広告管理画面のIDとパスワードを広告開始前に甲に開示すること。
- (15) 各業務の詳細について甲と乙で協議の上で決定し、進捗状況を綿密に甲に報告すること。
- (16) 本業務は、別紙に基づき実施すること。
- (17) 本業務の再委託は原則認めない。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。
- (18) 乙は、本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、統括責任者は原則として変更できないものとする。
- (19) 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で協議の上で定めることとする。
- (20) 本仕様書に定め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業務に含まれるものとする。