

令和6(2024)年度とちぎ職業人材カレッジデジタルマーケティング業務仕様書

本仕様書は、栃木県（以下「甲」という。）が発注する「とちぎ職業人材カレッジデジタルマーケティング業務」（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である。

1 委託業務名

令和6(2024)年度とちぎ職業人材カレッジデジタルマーケティング業務

2 委託業務の目的

本県において、未来に誇れる元気なとちぎを作るためには、経済や暮らしなど全ての活動の原動力となる「人」の育成を推進することが重要であることから、県内外の若者等がとちぎで技術・技能を身につけ、自らが望む仕事に就き、活躍できるよう専門学校等の人材育成機関への進学から就職までを一貫して支援するとちぎ職業人材カレッジの運営に取り組んでいる。

本事業では、マーケティング発想によるデジタルプロモーションを実施し、ターゲットである県内外の若者等に向けた広告を配信することで、本県のとちぎ職業人材カレッジ Web サイト「とちぎジョブカレ！」に誘導し、県内の人材育成や就職支援に関する情報を効果的かつ効率的に届け、本県への進学及び就職を現実的な選択肢として意識付けることで、県内への進学及び就職の促進を図ることを目的とする。

3 業務の概要

乙は、令和5(2023)年度に実施したとちぎ職業人材カレッジデジタルマーケティング業務（以下「過年度事業」という。）を発展的に継承し、委託業務を実施すること。

これに必要な過年度事業の内容等は乙の決定後に栃木県から提供する。

委託業務の概要は次のとおりである。

- (1) 広告運用計画の作成
- (2) 広告の配信
- (3) 広告配信結果の分析・効果測定及び結果報告

4 契約期間

契約締結の日から令和7(2025)年3月7日までとする。

5 契約代金の支払い

契約代金の支払いは、業務完了後の精算払いとする。

6 ターゲット

- (1) ターゲットは次のとおりとする。
 - ア エリア
県内又は隣県（埼玉県、群馬県、茨城県、福島県を言う。以下同じ）在住者で、県内への通学の利便性の高い地域。
 - イ 性別
全て
 - ウ 属性
 - (ア) 高校卒業後の進路をまだ考えていない又は現在考えている、栃木県内を現実的な進学先・就職先地域としてイメージしていない高校生
 - (イ) 専門学校等への進学や就職のための技術・技能の習得に興味がある高校生
 - (ウ) (ア)(イ)の保護者
- (2) 目標を達成するための広告媒体・メニュー、ターゲットの分類や比重、実施時期や実施時間の具体的な配信設定については、乙が各種現状分析を行い、事業効果を最大化する観点から下記「8 業務の実施内容(1) 広報運用計画の作成」にある広告運用計画により提案し、甲と協議の上で決定するものとする。
- (3) ターゲットに対して広告を配信した結果、想定とは異なるエリア、年齢等の消費者をターゲットとすることが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、ターゲットの見直しについて協議するものとする。

7 目標設定

- (1) 広告からの誘導先 Web サイト（ランディングページ）は、とちぎ職業人材カレッジ Web サイト「とちぎジョブカレ！」（<https://www.tochigi-jc.jp/>）（以下「本サイト」という。）とする。

ただし、広告物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。
- (2) 本事業の目的は、デジタル広告を使用し、6 (1) ターゲットを本サイトに誘導し、コンバージョン獲得（本サイト利用者の増）を図るものであることから、コンバージョンを「広告経由セッションのうちサイトの会員登録を行った数」とし、マイクロコンバージョンを「広告経由セッションのうち学校・授業・研修・講座検索ページ又は学校検索ページのキーワード検索による情報検索を行った数」とし、目標値（目標 KPI）を設定すること。
- (3) 目標値（目標 KPI）について、コンバージョンは合計で 80CV・コンバージョン単価（CPA）75,000 円を、マイクロコンバージョンは合計で 8,000CV・マイクロコンバージョン単価（CPA）は 750 円を最低目標とし、これを達成した後においても、事業目的達成のための広告配信最適化を図り、事業を実施すること。
- (4) また、ランディングページにおける広告経由セッション数も目標値を設定すること。

- (5) 目標 KPI 及びランディングページにおける広告経由セッション数のほか、本事業目的の達成度合を図るために適切であると考えられるランディングページ内におけるコンバージョン指数及び達成目標を1つ以上設定し、コンバージョンの最適化を図りながら、目標達成のために効果的に広告を運用すること。
- (6) 目標 KPI を達成した場合においても、事業効果の最大化を目指して事業を継続すること。

8 業務の実施内容

(1) 広告運用計画の作成

ア ターゲット設定、本事業の目的を達成するために必要な広告運用方法とその効果に係るシミュレーションを行うとともに、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。

(ア) 本事業のターゲット設定と本事業を通じたカスタマージャーニーに係るシミュレーション

(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）

- ・広告期間は高校生の進路選択時期等を考慮し、事業効果を最大化する観点から提案を行い、甲と協議の上決定する。

- ・広告の運用方法（目標設定やリマーケティングリストの活用）や運用スケジュールに関することなどを盛り込むこと。

(ウ) 広告効果の検証及び運用の見直し方法

(エ) 目標設定

(オ) その他必要な事項

イ 作成した「広告運用計画」についての承認を得ようとするときは、甲への原則対面による説明を甲の所在地にて1回以上実施すること。

ウ 広告価値を毀損させる「ビューアビリティ※1」、「アドフラウド※2」、「ブランドセーフティ※3」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甲に説明すること。

※1 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。

※2 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。

※3 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。

エ 掲出プラットフォームについては、各種 SNS アプリケーション等の広告枠に表示される動画広告（以下「動画広告」という。）は YouTube を使用し、Web サイトの検索結果に連動して表示されるテキスト広告（以下「検索連動型広告」という。）は Google 及び Yahoo! を使用することとする。

ただし、その他 SNS や一般的な Web サイトなど特定のアプリケーション等への広告掲出と組み合わせて運用することでより高い広告効果が見込まれる場合は、その旨企画提案時に提案すること。

なお、その場合においても、広告効果の最適化を図るよう、「(4) 配信結果の分析・効果測定及び結果報告」に基づき運用の見直しを行うこと。

オ 狙うターゲットと起こしたい態度変容・目的に合わせて、掲出プラットフォーム、

各広告への投資配分バランスの方針を明確にすること。

(3) 広告の配信

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 Web サイトの閲覧履歴等に基づき、動画広告及び検索連動型広告を配信する。

ア 動画広告

(ア) 広告を掲出するプラットフォームは、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確度、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、又は組み合わせることとし、配信するコンテンツは、甲が提供する既存の動画コンテンツ（YouTube チャンネル「とちぎジョブカレ」に掲載：<https://www.youtube.com/channel/UChf0vqst-rXhbtnU4Uit72w>）とすること。

ただし、提案する広報手法においてコンテンツの作成・編集が必要となる場合には、本業務において乙が行うこととし、その経費は、全て当初の契約金額を含むものとする。

また、甲が提供するコンテンツ（動画）の素材等に係る使用契約更新の調整及び諸手続等は、乙が行うこと。

- (イ) 広告の配信先については、ターゲット層に属する消費者のデジタルデバイスの保有・使用状況等を踏まえ、適切なバランスで設定すること。
- (ロ) 効果的にターゲット層の行動を呼び起こし、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、コンテンツの質の向上を図ること。
- (ハ) 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 検索連動型広告

(ア) 広告を掲出するプラットフォーム（Google Adwords 等）は、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確度、配信単価等を総合的に勘案し選択、又は組み合わせることにより、広告（テキスト）を配信すること。

(イ) 甲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、甲と協議の上決定すること。

(ロ) キーワード、除外ワードの設定及びタイトル、広告文の作成に当たっては、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。

(ハ) 広告表示オプションについても設定すること。

(4) 広告配信結果の分析・効果測定及び結果報告

ア 本業務により配信する各広告媒体について、管理画面数値、Google Analytics 等で、広告の表示回数、クリック数、クリック率、クリック単価、コンバージョン数、コンバージョン単価、ユーザー属性（年齢・地域・デモグラ、特性等）、サイト誘導状況（広告経由の直帰率や記事閲覧数等）等を分析し、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2か月間は2週間に1回程度、2か月経過以降は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等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、原則として甲の所在地にて実施する。

ウ 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、1か月に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。

エ 月次結果報告に加え、業務委託期間の中間時点で、それまでの広告配信結果等をまとめた中間報告書を作成すること。

オ 広告配信完了後に、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。

カ 甲が広告の実施状況を随時確認できるよう、広告管理システムの閲覧権等を甲に付与し、ID及びパスワード等、閲覧に必要な情報を提供すること。

なお、広告プラットフォームの性質上、閲覧権を付与できない場合は、代替策を確保すること。

9 その他業務実施に際しての留意事項

(1) 統括責任者の配置

ア 乙は、本事業の実施に当たり、同種類似業務に関する十分な経験を有する者を統括責任者として定めなければならない。

イ 統括責任者は企画提案時点で明らかとするものとし、原則として変更できない。

(2) 業務及び結果等の管理

ア 事業完了後、速やかに業務完了報告書を作成し、甲に提出すること。

イ 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。

ウ 各種アカウント、タグマネージャー等の取扱いについて、「(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」を遵守すること。

エ 各業務上で必要となる事業者等へのアポイントメント、取材や動画及びWeb等への掲載許諾などは、全て乙の責任において行うこと。

オ 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、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」、「広告物等作成費」、「企画・分析・レポート製作費」などの項目を別立てで計上し、積算すること。

キ 本事業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。

ク 動画共有サービスの ID やパスワードを甲に開示し、譲渡すること。

(3) 権利等

ア 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。

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 納品するコンテンツ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。

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、成果品に係る著作者人格権を行使できないものとする。

(4) 関係書類の整備

本事業は、国の「デジタル田園都市国家構想交付金」を活用した事業であり、会計検査院による実地検査の対象となるため、関係書類は事業終了日の属する年度の終了後 5 年間保存すること。

また、会計検査院による実地検査が行われる際には、甲の求めに応じ、関係書類の提出等を行うこと。

(5) その他

ア 本事業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。

イ 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。

ウ 事業実施のための個人情報の取扱いについては、別記「個人情報取扱特記事項」を遵守しなければならない。

10 成果物の取扱いに関する事項

(1) 成果物

ア 実績報告書（A 4 判）及び HDD 1 個

イ 制作したコンテンツを収めた HDD 1 個

(2) 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。

ア 契約締結時に速やかに提出するもの

(ア) 広告運用計画及び実施工程表

(イ) 統括責任者通知書

(ウ) その他甲が必要と認める書類

イ 事業完了後に速やかに提出するもの

(ア) 業務完了届

(イ) 分析結果報告書

(ウ) その他甲が業務確認に必要と認める書類

(3) 提出場所

(4) 提出期限

令和7(2025)年3月7日

11 その他

- (1) 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が協議の上、定めることとする。
- (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。

※ 本資料に記載された会社名、製品名等は各社の商標又は登録商標である場合がある。

別記

個人情報取扱特記事項

(基本的事項)

第1 乙は、個人情報（特定個人情報を含む。以下同じ。）の保護の重要性を認識し、この契約に係る業務の実施に当たっては、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。

(秘密の保持)

第2 乙は、この契約による業務に関して知り得た個人情報をみだりに他に漏らしてはならない。この契約が終了し、又は解除された後においても、同様とする。

(従事者の監督等)

第3 乙は、個人情報を取り扱う従事者をあらかじめ指定し、当該従事者の役割及び当該従事者が取り扱う個人情報の範囲を明確にしておかなければならない。

2 乙は、この契約による業務を処理するために取り扱う個人情報の適切な管理が図られるよう、従事者に対して、必要かつ適切な監督を行わなければならない。

3 乙は、この契約による業務に従事している者に対して、在職中及び退職後においてもこの契約による業務に関して知り得た個人情報をみだりに他人に知らせ、又は不当な目的に使用してはならないことその他個人情報の保護に関して必要な事項を周知しなければならない。

(収集の制限)

第4 乙は、この契約による業務を行うために個人情報を収集するときは、当該業務の目的を達成するために必要な範囲内で、適法かつ公正な手段により行わなければならない。

(目的外利用及び提供の禁止)

第5 乙は、甲の指示がある場合を除き、この契約による業務に関して知り得た個人情報を契約の目的以外の目的のために利用し、又は甲の承諾なしに第三者に提供してはならない。

(適正管理)

第6 乙は、この契約による業務に関して知り得た個人情報の漏えい、滅失及び毀損の防止その他の個人情報の適切な管理のために必要な措置を講じなければならない。

(作業場所の特定等)

第7 乙は、この契約による業務を処理するために、甲から提供を受け、又は乙自らが収集し、若しくは作成した個人情報が記録された資料等を取り扱うに当たっては、その作業場所及び保管場所をあらかじめ特定し、甲の承諾なしにこれらの場所以外に持ち出してはならない。

(複写又は複製の禁止)

第8 乙は、この契約による業務を処理するために甲から提供を受けた個人情報が記録された資料等を、甲の承諾なしに複写し、又は複製してはならない。

(資料等の返還)

第9 乙は、この契約による業務を処理するために、甲から提供を受けた個人情報記録された資料等を、この契約完了後直ちに甲に返還するものとする。ただし、甲が別に指示したときは、その指示した方法によるものとする。

(資料等の廃棄等)

第10 乙は、この契約による業務を処理するために、乙自らが収集し、又は作成した個人情報及び個人情報が記録された資料等を、この契約完了後直ちに、当該個人情報の復元又は判読が不可能な方法により、当該情報を消去し、若しくは当該資料等を廃棄し、又は甲に引き渡すものとする。ただし、甲が別に指示したときは、その指示した方法によるものとする。

(再委託)

第11 乙は、あらかじめ甲の書面による承諾を得た場合を除き、この契約による個人情報を取り扱う事務については自ら行い、第三者にその取扱いを委託してはならない。

2 乙は、甲の承諾により第三者に個人情報を取り扱う事務を再委託する場合には、甲が乙に対して求めた個人情報の保護のために必要な措置と同様の措置を当該第三者（以下「再委託先」という。）に求めるものとする。

3 個人情報を取り扱う事務を再委託する場合において、乙は、再委託先にこの契約による一切の義務を遵守させるとともに、甲に対して、当該個人情報を取り扱う事務に関するすべての行為及びその結果に責任を負うものとする。

4 個人情報を取り扱う事務を再委託する場合において、乙は、乙及び再委託先がこの個人情報取扱特記事項を遵守するために必要な事項並びに甲が指示する事項について、再委託先と約定しなければならない。

(事故発生時における報告)

第12 乙は、この契約による業務に関して、個人情報の漏えい、滅失又は毀損その他の事故が発生し、又は発生するおそれのあることを知ったときは、速やかに甲に報告し、甲の指示に従わなければならない。

(実地調査等)

第13 甲は、必要があると認めるときは、乙がこの契約による業務を処理するために取り扱っている個人情報の取扱状況について、随時、実地に調査し、又は乙に対して報告を求めることができる。

(指示)

第14 甲は、乙がこの契約による業務を処理するために取り扱っている個人情報について、その取扱いが不相当と認めるときは、乙に対して必要な指示を行うことができる。

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、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

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（マイクロ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（マイクロ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（マイクロ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。

令和6(2024)年とちぎ職業人材カレッジデジタルマーケティング業務 設計書

項目		単価(円)	数量	単位	金額(円)	備考
①	広告配信費		1	式		
	ア 動画広告		1	式		
	イ 検索連動型広告		1	式		
②	広告管理運用費		1	式		
	ア 動画広告		1	式		
	イ 検索連動型広告		1	式		
③	企画・分析・レポート制作費		1	式		
小計						
管理費(10%)						
消費税(10%)						
合計						