

「とちぎの星」デジタルプロモー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「とちぎの星」デジタルプロモーション業務委託（以下「業務委託」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 業務の目的

本県が開発したオリジナル水稲品種「とちぎの星」は、平成29年から3年連続で日本穀物検定協会による食味ランキングにおいて「特A」を取得する等、その食味が高く評価されてきたところである。

本県産米の販売先は中食・外食向けが65%、家庭内食向けが35%（農林水産省調べ、調査期間：平成30年7月～令和元年6月）であり、業務向けで安定した販路を確保してきた。一方、家庭内食のシェアに目を向けると、全国平均の62%と比べて低い状況にあり、コロナ禍による中食・外食の需要減や家庭内需要増のトレンドシフトによる影響を受け販売としては苦しい状況にある。また、栃木県内在住者における「とちぎの星」認知率は44%（株式会社日経リサーチ調べ、調査期間：令和2年5月22日～令和2年5月29日）と、県外品種である北海道産「ななつぼし」80%、山形県産「つや姫」73%と比べて低い傾向にある。

これらの状況を踏まえ、今後「とちぎの星」の消費拡大を図るためには認知度向上に加え家庭内需要を拡大する必要があることから、コロナ禍による新たな生活様式（非対面・非接触）やトレンドシフトに対応したデジタルの手法を活用し「とちぎの星」の認知向上及び購買行動の喚起を図ることとし、令和4年度の認知度調査において認知+購入者割合50%以上を目指す（令和2年度：認知+購入者割合44.1%）。

2 委託期間

契約締結日から令和5(2023)年3月15日（水）

3 ターゲット及び動画作成業務

乙は、以下の内容に従って業務を遂行するものとする。ただし、詳細な実施内容については4の「実施計画書」において定めるものとする。

なお、業務委託の実施に当たっては、甲の助言を反映させるものとする。

(1) 狙い

「とちぎの星」の特性（粒立ちが良い・冷めても美味しい等）を潜在的・顕在的に求めている視聴者に狙いを定める。具体的なターゲット設定については、別紙1「動画コンテンツ制作における想定ターゲット像」記載のターゲット像を想定し、1の業務の目的を十分考慮した上で効果的な動画制作及び配信対象について提案すること。

(2) 動画コンテンツ制作業務

ア 内容

- ・ (1)のターゲットに対してとちぎの星の認知度向上・購入喚起に繋がる動画コンテンツ（以下「動画」という。）を制作すること。

- ・ 「とちぎの星」の特徴的な特性を踏まえつつ、差別化が図れる動画にすること。
- ・ 令和2（2020）年度事業、令和3（2021）年度事業で作成した動画とA/Bテストを行うことも想定されるため、以下の動画とは異なる趣向の動画を提案すること。

令和2年度動画：<https://www.youtube.com/watch?v=Yb0hLIL3knQ>

<https://www.youtube.com/watch?v=dB2V40KKt6w>

令和3年度動画：<https://www.youtube.com/watch?v=ef8KC9HzVn8>

<https://www.youtube.com/watch?v=cmLCMMojo74>

- ・ その他、上記内容と同等以上の成果が見込まれる内容であれば提案を行うこと。

イ 仕様等

- ・ YouTubeバンパー広告用の6秒動画を2パターン以上作成すること。また、バンパー広告用動画をベースにした60秒程度の動画を1本作成すること。これらの動画内容はウの動画テーマを参照するとともに、「とちぎの星」のパッケージイメージを認知させる動画にすること。
- ・ 作成する動画は、ウェブサイトやYouTube等の動画共有サービス（以下「動画共有サービス」という。）で再生可能なファイル形式とすること。
- ・ 画像のクオリティ等は現行で一般に配信される動画と同程度以上とすること。
- ・ 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及び制作した動画上への配置を行うこと。

ウ 動画テーマ

a 内容

- ・ 「とちぎの星」への興味喚起、認知度向上、消費拡大につながる動画を制作すること。なお、「とちぎの星」の強みである「粒立ちが良い」「冷めても美味しい」「値頃感」といった点が、消費者のニーズに合致する具体的なシーンの提示を意識した内容とすること。
- ・ その他、上記と同等以上の内容があれば提案を行うこと。

b 本数

3本以上（6秒動画2本以上、60秒程度動画1本）

c 動画配信時期

令和4（2022）年9月上旬以降を目安とし、詳細は甲と別途協議する

d 活用方法

YouTube配信、YouTubeバンパー広告、Facebookインフィード広告、Instagramインフィード広告、LINE広告

またこれら以外において効果が見込める広告媒体がある場合には、提案に含めること。

(3) 動画広告配信対応

ア 内容

- ・ (2)で作成した動画が広く視聴され、家庭内需要増による購入・消費拡大につながるよう、目標広告視聴回数及び目標インプレッション数を設定したうえ、「YouTubeバンパー広告」等の動画広告を実施すること。

また、本業務全体の目的達成のために配信時期や方法も提案すること。

- ・ 広告配信費は、委託金額の6割程度を目安とすること。ただし、本業務において効果的な配分比率があればこれに基づかない。
- ・ 広告実施にあたっては別紙2「デジタルプロモーション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 広告配信対象

配信エリアは以下のとおりとし、年齢、性別、インサイト等のターゲットについては甲と別途協議すること。

栃木県全域

ウ 広告配信時期

広告配信時期は、概ね以下の期間（新米時期、別途「とちぎの星」プロモーション時期）での実施を目安とし、詳細は甲と別途協議すること。

令和4(2022)年9月～10月及び令和5(2023)年1月～2月

エ 動画広告実施におけるサイト誘導について

- ・ 動画広告実施にあたっては、「Call To Action オーバーレイ」等を活用した以下のサイトへの誘導を図ること。
一般社団法人とちぎ農産物マーケティング協会「おいしさ自慢!!とちぎのお米」
<https://www.location-research.co.jp/tochigi-rice/>
- ・ 広告効果最大化のため、必要に応じて誘導先における構成、表現、SEO対策等の助言を行うこと。

(4) 効果測定及び報告業務

- ・ 動画及び広告配信について、広告の表示回数、動画の視聴回数、閲覧者・視聴者の属性（年齢、地域、特性等）等を動画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。
- ・ 広告配信開始1週間程度を目安に、原則として対面による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。その後は2週間に1回以上隔週レポートとして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を提出すること。なお、ミーティングを対面で行う場合は、原則として発注者の所在地にて実施すること。
- ・ 可能な限り都道府県ごと、年齢、性別ごとに分析を行うこととし、その他可能な分析について提案すること。

4 実施計画書及び報告書提出

- (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、具体的な業務内容について、甲と協議の上、「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、委託業務完了後、実績の報告及び事業の結果分析、今後の展開について改善提案を盛り込んだ「実績報告書」（任意様式）を取りまとめ、甲に提出するとともに、当該報告書

の電子ファイルを保存したメディア（DVD等）を一式甲に提出し、甲の検査を受けること。
また、併せてマスターデータを取めたDVD-ROMを提出すること。

- (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。

5 権利の帰属

委託業務の成果に関する権利は、全て甲に帰属するものとする。

6 その他

- (1) 仕様書に明示のない事項又は疑義が生じた場合については、甲乙の協議により決定する。
- (2) 乙が業務委託を行うに当たって取り扱う個人情報、栃木県個人情報保護条例（平成13年条例第3号）に基づいて取り扱いに十分留意し、漏えい、滅失及びき損の防止その他個人情報の保護に努めるものとする。
- (3) この仕様書に記載の成果と同等以上の成果が得られる場合、甲と協議の上、仕様書の内容を一部変更可能とする。