

## NIKKO MaaS 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NIKKO MaaSデジタルプロモーション委託業務（以下、「本事業」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たものである。

### ○NIKKO MaaS

鉄道、EV・PHVカーシェアリング、観光施設、アクティビティ等の検索・予約・決済にかかわる手続きをワンストップで行えるMaaSシステムを構築することで、マイカー旅行からの転換を図り、日光地域を「環境にやさしい観光地」としてブランド化するため、官民が連携して取り組むもの。

### 1 業務の目的

栃木県では、日光地域における観光でのマイカー依存度による交通課題や環境課題が顕著となる中、新たなモビリティサービスであるMaaSを活用し、観光産業の持続的発展とマイカーからの転換による環境負荷低減という地域課題の解決を図り、脱炭素地域の実現を目指している。

本事業は、2021年10月にサービスを開始したNIKKO MaaSの認知度向上や利用促進を図るため、NIKKO MaaSの魅力・特徴を踏まえて、デジタル技術を活用したプロモーションを行う。プロモーションの展開に当たっては、日光の観光シーズンに応じた効果的な手法を選択するとともに、ターゲットとなる日光旅行を検討する者がNIKKO MaaSの活用によって日光旅行がより充実し、是非NIKKO MaaSを使ってみたいと思うような内容とすること。

(NIKKO MaaSの魅力・特徴)

- EV・PHVカーシェアなど環境配慮型の観光MaaSは国内初
- NIKKO MaaSプロジェクトは、二次交通の充実に加え、環境にやさしいモビリティへ転換することにより、脱炭素地域の実現が目的
- 脱炭素地域の実現により、環境にやさしい観光地として日光をブランド化し、観光客の更なる増加を目指す
- 2022年3月から観光コンテンツも連携し、NIKKO MaaSがもっと便利に。今後も順次サービスを拡充
- NIKKO MaaSのポイントは3つ「便利・お得・環境にやさしい」

## 2 委託期間

契約日から令和5（2023）年3月24日（金曜日）

## 3 業務内容

### (1) 動画コンテンツの制作

#### ア 基本事項

- ・ 動画コンテンツの目的は、マイカー旅行から鉄道への転換を促進し日光地域の脱炭素化を実現するため、その有効なツールとなる「NIKKO MaaS」の認知度向上と利用促進にあること。
- ・ 制作する動画は、パソコン・タブレット・スマートフォンから映像を見ているターゲットに対して、NIKKO MaaS に対する関心の有無に関わらず、感覚的に見入ってしまうことが期待される内容とすること。特に、動画再生の最初に「NIKKO MaaS」のロゴを表示するなど冒頭の5秒間を重視して制作すること。
- ・ 日光を旅行する・旅行したい者にとって、NIKKO MaaS を基本的なツールとして認識してもらえるよう、お得・便利・エコを訴求する内容とすること。(1) 動画コンテンツの制作業務、(2) 広告配信業務、(3) 効果測定及び報告業務については、委託料の配分3：6：1を目安として行うこと。

#### イ 仕様等

- ・ 1本当たりの長さは60秒から120秒程度を基本とする。
- ・ 各動画30秒、15秒のダイジェスト版も作成すること。
- ・ 制作する動画は、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。
- ・ 画質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。
- ・ 効果的な音響、テロップ、ナレーション、字幕等を使用すること。

#### ウ 動画テーマ

##### (7) NIKKO MaaS による快適な旅行

###### a 内容

次を基本として、コンソーシアムを組成する民間事業者等のプロモーションを考慮して、適当な内容とすること。

また、ターゲット目線で訴求要素は検討することとし、次の事項の全てを含むか否かは提案事項とする。その際、動画で伝えるべき内容とサイトやその他情報接点で伝える

べき内容を整理した上で、動画の構成要素を検討すること。

- ・ NIKKO MaaS を利用することで、快適に旅行できることを訴求するなど、利用促進につながる動画を制作すること。
- ・ デジタルフリーパスやその特典など、「お得感」を伝えること。
- ・ NIKKO MaaS による検索・購入・決済の一括化など、「便利さ」を伝えること。
- ・ CO2 削減、EV・PHV カーシェア、RE100 電力など、「エコ」な取り組みであることを伝えること。
- ・ 上記に加えて、NIKKO MaaS の使い方を分かりやすく紹介するなど、日光旅行の基本ツールとして認知してもらえるような内容とすること。
- ・ インフルエンサーやアニメーションを活用するなどし、訴求力の高い動画とすること。
- ・ 非接触など With コロナにおける観光に適した要素があることを伝えること。

b ターゲット

- ・ 地域：東京圏
- ・ 性別：男女
- ・ 年齢層：若年層

c 本数

1 本以上

d 納品時期

令和 4（2022）年 7 月下旬

e 活用方法

YouTube 配信、TrueView インストリーム広告、広報 PR 活動 等

エ その他

- ・ 企画提案書の作成に当たっては、動画内容がイメージできるよう絵コンテ等を挿入すること。
- ・ 制作に必要な取材、撮影、映像制作一切を実施するものとし、撮影に際し使用料、出演料、謝礼等が発生した場合、その経費は委託料に含まれるものとする。
- ・ 動画制作の提案に当たっては、新規撮影を原則とすること。ただし、プロモーションに当たって効果的・効率的な場合は、甲との協議により、撮影済みの動画を活用することも可能とする。
- ・ 動画制作に係る著作権、肖像権などの権利関係の処理・調整を行うこと。
- ・ 制作物の著作権（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。

- ・ 動画完成までに甲による複数回の内容確認及び修正指示の機会を設けること。

## (2) 広告配信

### ア 内容

#### (ア) 動画広告配信

- ・ (1)で制作した動画が広く視聴されるよう目標広告視聴回数等を設定の上、「True View インストリーム広告」等の視聴成果報酬型広告を実施すること。
- ・ 目標広告視聴回数は、それぞれの動画ごとに設定することとし、それに基づき目標インプレッション数も設定すること。
- ・ 予算規模に達しないうちに、広告視聴回数が目標回数に達した場合であっても広告の配信を継続し、予算内での広告の効果最大化を図ること。

#### (イ) WEB 広告配信

- ・ SNS やバナー広告等、消費者へ向けて NIKKO MaaS の利用促進に効果的な広告を配信すること。広告配信手法の提案に当たっては、当該広告配信手法が販売促進に効果的である根拠を明確に示すこと。

#### (ウ) 共通

- ・ 広告実施に当たって、別紙1-1「デジタルプロモーション実施時における留意事項」に該当する場合は、記載の業務を実施すること。
- ・ 動画広告とWEB広告における割合は、動画広告に重点を置くが、コンソーシアムを組成する民間事業者等のプロモーションも考慮し、詳細は甲と別途協議する。

(割合(想定)) 動画広告 : WEB 広告 = 8 : 2

### イ 対象

配信対象は、NIKKO MaaS の主な利用者である以下をメインターゲットとし、詳細は甲と別途協議する。

- ・ 東京圏の性別を問わず 20~50 代を中心
- ・ NIKKO MaaS への関心が高いと思われる層(「NIKKO MaaS WEB サイト」訪問

者) へのリターゲティング広告を行うこと。

#### ウ 広告配信時期

広告配信時期については、次を基本として、詳細は甲と別途協議する。

動画広告は認知度向上、WEB 広告は利用促進を主な目的として配信する。

- ・ 動画 広 告：令和 4（2022）年 7 月から
- ・ WEB 広 告：令和 4（2022）年 9 月から（日光・奥日光地域）  
令和 4（2022）年 12 月から（鬼怒川・湯西川地域）

#### エ 動画広告実施におけるサイト誘導及び目標設定について

- ・ 動画広告実施に当たっては、「Call to Action オーバーレイ」等を活用して「NIKKO MaaS WEB サイト」への誘導を図ること。
- ・ 広告によって達成可能な「広告からのウェブサイト誘導数」について目標 KPI（広告経由以外も含む※）を設定すること。※サイト管理者との協議により変更する場合がある。
- ・ 「NIKKO MaaS WEB サイト」内でユーザーのコンバージョン指標として相応しいものがあれば併せて設定すること。
- ・ 目標 KPI で示した各種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事業を継続すること。

#### (3) 効果測定及び報告

- ・ ウェブサイト閲覧回数、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。
- ・ 広告配信開始 1 週間程度を目安に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、サイト管理者において上記レポートの提供が困難な場合は、別途協議する。
- ・ 広告配信完了後に、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。

#### 4 実施計画書及び報告書の提出

- (1) 乙は、契約締結後遅滞なく、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、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。
- (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 成果物等

以下に示す成果物等を提出時期までに納入すること。

なお、提出時期の具体的な期日は、実施計画書作成時に甲と協議の上、決定する。

業務	成果物	内容	形式	時期
共通	実施計画書	企画提案書を基に具体的な内容をまとめた資料	電子データ	契約締結後速やかに
	実績報告書	本業務の実績をまとめた資料	電子データ	委託業務完了後
動画コンテンツ制作	動画データ	制作した動画の編集可能なマスターデータ	DVD 1枚	動画制作完了後
効果測定及び報告	月次報告書	広告やサイトへのアクセス等について分析した月次報告書	電子データ	広告配信した後速やかに
	分析結果報告書	事業の結果分析及び今後の改善提案を含んだ報告書	電子データ	広告配信した後速やかに

#### 7 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) 乙が委託業務を行うに当たって取り扱う個人情報とは、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

(別紙 1-1)

## デジタルプロモーション実施時における留意事項

### 1 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作成時においては、作成事業者が「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) 「本業務用 Google Analytics」上で、本施策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。
- (3) 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。

### 2 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て、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。

### 3 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) 「本業務用 Google Analytics」で施策効果を取得するため、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。

#### 4 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。

#### 5 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。

#### 6 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 対策を行うこと。
- (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。

#### 7 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。