

令和8（2026）年度デジタル広告を活用した脱炭素行動普及啓発業務委託仕様書

本仕様書は、栃木県（以下「甲」という。）が発注する「令和8（2026）年度デジタル広告を活用した脱炭素行動普及啓発業務」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 業務名

令和8（2026）年度デジタル広告を活用した脱炭素行動普及啓発業務委託

2 業務の目的

本県では、2050年カーボンニュートラル実現に向け、令和6（2024）年8月から、脱炭素を軸とした「とちぎカーボンニュートラル15（いちご）アクション県民運動」を開催している。この運動においては、県民に実践を促したい行動を「15（いちご）アクション」とし、脱炭素行動のメリットを情報発信することで県民の行動変容促進に取り組んでいる。また、各家庭の光熱費等の情報を基に各家庭のライフスタイルに合わせた省エネ・省CO₂対策を提案する「うちエコ診断」を活用し、行動変容を一層後押しすることとしている。

県民一人ひとりがカーボンニュートラルに向けた取組を「自分事」として捉え、脱炭素行動を実践していくには、効果的な周知広報が必要である。そこで、本業務は、マーケティング発想に基づくデジタルプロモーションを実施し、「15アクション」及び「うちエコ診断」の認知度向上や受診促進を図るとともに、脱炭素行動の経済的メリットや意義の理解促進を図り、県民の脱炭素型ライフスタイルへの転換を促すことを目的とする。

3 委託期間

委託日から令和9（2027）年1月29日（金）

4 ターゲット

「2 業務の目的」を踏まえ、波及効果が高く、子育て世代である県内在住の概ね20～40代の男女をターゲットとする。

5 業務の内容

（1）広告配信の実施

ア 「うちエコ診断」に関する広告配信

（ア）基本事項

- ・ ターゲットの経済的メリットや意義の理解促進を図り、実践の後押しをするとともに、「うちエコ診断」の認知度向上及び興味・関心を高め、受診を促進することを目的として、クリエイティブの作成及び広告配信を行うこと。
- ・ 広告からの遷移先は、とちぎ気候変動対策ポータルサイト内ページ（<https://zerocarbon.pref.tochigi.lg.jp/household-measures/uchieco/>）を想定しているが、甲と協議の上で決定すること。

(イ) 広告配信

a 動画広告

- ・ 広告媒体は YouTube 15 秒ノンスキップブル広告及び 30 秒スキップブル広告とする。
- ・ 配信する動画広告は、甲が過年度制作した啓発動画「突撃！カミナリのうちエコ診断～これって神エコだな！～」の 15 秒バージョン及び 30 秒バージョンを使用すること。

(参考) 広告用動画 URL

15 秒バージョン : <https://youtu.be/GDAK3rqnrJA>

30 秒バージョン : <https://youtu.be/JUQxr29jDgY>

b ディスプレイ広告

広告媒体 : Instagram、Google、Yahoo! 等

c 検索連動型広告

広告媒体 : Google、Yahoo! 等

※ ディスプレイ広告及び検索連動型広告は、ユーザー層の違いや対象となるターゲットへの広告到達度、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、または組み合わせにより、提案すること

(ウ) 広告配信時期

・ 動画広告 :

5 カ月（令和 8（2026）年 5 月～令和 8（2026）年 9 月を想定）

※ 広告動画の使用期限が 9 月 30 日（水）までのため、それまでに配信を行うこと

・ ディスプレイ広告 :

4 カ月（令和 8（2026）年 9 月～令和 8（2026）年 12 月を想定）

・ 検索連動型広告 :

8 カ月（令和 8（2026）年 5 月～令和 8（2026）年 12 月を想定）

(エ) 目標設定（KPI 等）

- ・ 動画広告については、15 秒ノンスキップブル広告及び 30 秒スキップブル広告の合計で 300 万回視聴を目標回数とする。

(参考) 令和 7 年 11 月 1 日～令和 8 年 2 月 2 日の実績（YouTube 動画広告）

合計視聴数 : 1,431,363 回

- ・ ディスプレイ広告及び検索連動型広告のコンバージョン指標は、「うちエコ診断受診申込リンククリック数」とし、最低目標値を合計 2,000CV とする。

(参考) 令和 7 年 12 月 8 日～令和 8 年 2 月 2 日の実績（Google 検索連動型広告）

広告表示回数 : 30,297 回

広告クリック数 : 2,356 回

うちエコ診断受診申込リンククリック数 : 241 回

(オ) 広告配信費（目安）

- ・ 動画広告 : 4,000 千円（税抜き）
- ・ ディスプレイ広告及び検索連動型広告 : 5,500 千円（税抜き）

※ 動画広告、ディスプレイ広告及び検索連動型広告への広告配信費の割り振りは、甲と協議の上、決定することとする。

イ 「15アクション」に関する広告配信

(ア) 基本事項

- ・ ターゲットに向けて「15アクション」の認知度向上を図るとともに脱炭素行動の理解促進及び実践への意欲向上を目的として、クリエイティブの作成及び広告配信を行うこと。
- ・ 広告からの遷移先は、とちぎ気候変動対策ポータルサイト内「とちぎカーボンニュートラル15アクション県民運動特設ページ」
(<https://zerocarbon.pref.tochigi.lg.jp/cool-choice/>) を想定しているが、甲と協議の上で決定すること。

(イ) 広告配信

- ・ ディスプレイ広告
広告媒体は、Instagramとする。

(ウ) 広告配信期間

4ヵ月間（令和8（2026）年5月～8月を想定）

(エ) 目標設定（KPI等）

- ・ コンバージョン指標は、「広告クリック数」とし、最低目標値を合計40,000CVとする。

（参考）令和7年9月1日～11月30日の実績（Instagramディスプレイ広告）

広告表示回数：4,092,451回

広告クリック数：36,243回

(オ) 広告配信費（目安）

1,500千円（税抜き）

ウ 共通事項

- ・ 広告効果の最大化を図るため、遷移先ページのUI・UX改善、SEO対策が必要な場合は、その旨、提案すること。なお、実施にあたっては、甲と協議の上、サイト管理受託者と連携を図り、実施すること。
- ・ 5(1)のア(イ)、イ(イ)以外に事業効果の最大化を図るために最適な広告配信手法及び媒体がある場合は、提案すること。
- ・ 広告バナー等制作物の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。
- ・ 検索連動型広告のキーワード設定にあたっては、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し、甲に提案すること。
- ・ ディスプレイ広告及び検索連動型広告においては、広告効果が最適化されるよう、バナー、広告タイトル、広告文等についてA/Bテストの手法を取り入れ、制作するととも

に、検証と見直しを行うこと。

- ・ KPI を達成した後においても、事業効果の最大化を目指して事業を継続すること。
- ・ 広告配信費は予算配分の目安であり、業務目的達成及び KPI 達成に必要な予算を配分すること。

(2) 効果測定及び報告

- ア 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、甲と協議の上で決定するものとする。
- イ 各媒体の管理画面数値、Google Analytics 等で、広告の表示回数、クリック数、CTR、CPC、CV 数、CPA、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。
- ウ 広告配信開始 2 週間、それ以降は 1 ヶ月に 1 回以上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。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、毎月レポートを提出すること。
- エ 広告配信完了後、広告及びウェブサイトについて、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。

6 その他

(1) 総括責任者の配置

乙は、委託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、総括責任者は企画提案時点で明らかにすることとし、原則として変更できないものとする。

(2) 事業計画書の提出

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「事業企画書」（事業計画書や実施行程表、絵コンテを含む）を作成し、甲に書面で提出することとする。なお、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こととする。

(3) 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 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3) 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。

(4) 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 納品するクリエイティブ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。

(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 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。

エ 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。

オ 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」、「クリエイティブ等作成費」、「分析レポート費」を別立てで計上すること。

カ 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。

7 委託費の支払い等

委託費の支払いは、委託業務完了検査後の精算払いとする。

8 成果品の提出等

(1) 成果品

以下のア、イを格納したDVD-ROM 2枚

ア 実施報告書（分析結果報告書を含む）

イ 業務実施にあたり収集したデータ、及び作成したクリエイティブ

(2) 提出期限

令和9(2027)年1月22日（金）

(3) 提出場所

栃木県環境森林部気候変動対策課

9 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。

(3) 本プロポーザルは、令和8年度の当初予算が原案どおり成立することを前提に、年度開始

前準備行為として実施するものである。そのため、令和8年度予算が原案どおり成立しない場合にはこのプロポーザルの変更等を行うことがある。