

令和6(2024)年度とちぎ気候変動対策デジタル情報発信・分析業務委託仕様書

本仕様書は、栃木県（以下「甲」という。）が発注するとちぎ気候変動対策デジタル情報発信・分析業務を受託する者（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 業務の目的

本県では、これまで「COOL CHOICE とちぎ」県民運動を展開してきたが、削減目標の大幅な引上げや「栃木県カーボンニュートラル実現条例」の施行等を踏まえ、脱炭素を軸とした「新たな県民運動」を展開する予定である。この運動においては、これまで低炭素・省エネを中心に県民に促してきた行動「15のこと」を刷新し、脱炭素に向けた行動「新15のこと（仮称）」の実践を県民に促していくこととしている。

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、発信力の強い県内在住10～30代を対象として、「新15のこと（仮称）」の認知度向上及び気候変動への危機意識醸成の促進を図るほか、県内在住30代かつ住宅購入検討層を対象として、CO2削減効果の高い取組であるZEH（net Zero Energy House）（以下、「ZEH」とする。）のメリットや補助制度等の認知度向上を図ることを目的に実施する。

2 委託期間

委託日から令和7(2025)年2月28日（金）

3 業務の内容

(1) 広告配信の実施

	ZEHの普及啓発	若者への啓発
目的	住宅購入検討層におけるZEHメリット・補助制度等の認知度向上	若者における「新15のこと（仮称）」の認知度向上及び気候変動に対する危機意識醸成・行動変容促進
ターゲット	栃木県内在住30代かつ、住宅の購入を検討している層	栃木県内在住10～30代
配信時期	5ヶ月程度	3ヶ月程度
広告配信	ウェブ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「リスティング広告」という。）を実施すること。	ウェブサイトや各種アプリケーション等の広告枠に表示される画像・テキスト広告（以下「ディスプレイ広告」という。）を実施すること。
広告からの誘導先ウェブサイト(LP)	とちぎ気候変動対策ポータルサイト内ZEH紹介ページ (https://zerocarbon.pref.tochigi.lg.jp/household-measures/zeh/)	新県民運動（仮称）特設サイト (https://zerocarbon.pref.tochigi.lg.jp/cool-choice/) ※現行の「COOL CHOICE とちぎ」県民運

	ただし、ページ内容のうち、ページタイトル、本文、イラスト等は、広告内容に応じて変更してもよい。	動特設サイトを別途、改修予定。
クリエイティブの制作	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、キーワード、除外ワード、広告タイトル及び広告文を作成すること。なお、ZEH 認知度合い等でターゲットをグループ化（例：「ZEH 未認知・名称認知層」「ZEH 検討層」等）した上で、それぞれのターゲットグループごとに作成すること。	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。また、LP との関連性・トンマナ(LP のコンセプトや雰囲気との統一性・一貫性)も加味すること。なお、バナーの制作に当たっては、甲が過年度に制作した動画 ^{※1} の素材及び「ニュートラくん」イラストの使用も可能とする。
	ディスプレイ広告及びリスティング広告においては、使用するバナー、広告文をターゲットに対して AB テスト ^{※2} ができるよう制作すること。	
	<p>※1 県制作動画：「ニュートラくんと学ぼう！ロードマップ啓発動画」 (https://zerocarbon.pref.tochigi.lg.jp/household-measures/movie/)</p> <p>※2 AB テスト：複数のクリエイティブを比較し、成果の高い方を採用する手法 (例：「氷山が温暖化によって崩れていく」等の危機感を高めるクリエイティブ、「子どもに大切な未来を残す」等の共感をあおるクリエイティブ等)</p>	
広告プラットフォーム	Google、Yahoo	Instagram
提案・実施	サイト管理受託者と連携を図り実施すること（例：現状の UI・UX 改善、SEO 対策等）	
目標値	最低目標：広告経由の KPI 地点である「ZEH 補助金制度へのリンククリック」が合計 550CV	最低目標：「広告クリック」が合計 11,000CV
	最低目標を達成した後においても業務目的達成のための広告配信最適化を図り、配信を実施すること。	
広告配信費	2,200 千円	1,100 千円
	上記金額は予算配分を目安とし、業務目的及び目標値達成のため必要な予算を配分すること。	
シミュレーション	目標値を達成するための広告媒体・メニューを選定し、効果の良い媒体に傾斜が掛けられることも視野に入れて計画し、シミュレーションを提出すること。	
広告配信先の設定	広告の配信先については、ターゲット層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。	

(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。

(3) その他

- ・スマートフォン、タブレットについては、iPhone、iPad、Android 系端末等において支障なく利用できることを確認すること。
- ・PC については、一般的な性能を有する端末において支障なく利用できることを確認すること。
- ・OS、ブラウザについては、一般的に普及している OS（Windows、MacOS、Linux 等）、ブラウザ（IE、Safari、Google Chrome、Firefox 等）により支障なく利用できるものとする。
- ・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、受託者は著作者人格権（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。
- ・事業関連の写真等については、協議の上、甲が提供する。
- ・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。
- ・見積書や請求書において、「広告バナー等制作費」、「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。
- ・企画提案のあった内容を元に「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、甲の承認を得ること。
- ・各業務の詳細について栃木県と協議の上で決定し、進捗状況を綿密に報告すること。

4 委託費の支払い等

委託費の支払いは、委託業務完了後の精算払いとする。

5 成果品の提出等

(1) 成果品

ア 実施報告書（分析結果報告書を含む）A4版 紙媒体及びDVD-ROM 2枚

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を格納したDVD-ROM 2枚

(2) 提出期限

令和7(2025)年2月28日(金)

(3) 提出場所

栃木県環境森林部気候変動対策課

6 その他

(1) 本業務の成果はすべて甲に帰属する。

(2) 本業務の実施に当たっては、本仕様書の範囲において甲と乙が協議を重ねながら適正に履行すること。

(3) 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。

(4) 第三者が有する知的財産権の侵害の申し立てを受けたときには、受託者の責任（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。

(5) 乙は、この契約による業務を第三者に譲渡又は再委託してはならないものとする。ただし、業務を効率的に行う上で必要と思われる業務について、あらかじめ甲の承認を受けた上で、他者に委託することができるものとする。

(6) 乙は、本仕様書に疑義が生じたとき、本仕様書により難い事由が生じたとき、又は本仕様書に定めのない事項については、甲と速やかに協議し、その指示に従うものとする。

(7) 別紙1「デジタルプロモーション等実施時における留意事項」に記載の業務を実施すること。

(別紙1)

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期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は、Google Analytics等の各種計測タグ、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。
- (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。