

令和6（2024）年度いばらき・とちぎ観光デジタルプロモーション事業業務委託仕様書

本仕様書は、いばらき・とちぎ広域観光推進協議会（以下「甲」という。）が発注する令和6（2024）年度いばらき・とちぎ観光デジタルプロモーション事業を受注する者（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 業務名

令和6（2024）年度いばらき・とちぎ観光デジタルプロモーション事業

2 業務の目的

茨城空港の就航先である北海道、関西、福岡及び沖縄エリアから茨城県及び栃木県への観光客誘致活動を実施するにあたり、両県の持つ観光資源を活用したデジタルプロモーションを展開し、両県への旅行意欲を刺激し誘客につなげる。

3 委託料

2,276,000円（消費税額及び地方消費税額を含む。）を上限とする。なお、委託料の支払いは、業務完了検査後の精算払いとするが、請求により90パーセント以内の額を概算払いすることができる。

4 委託期間

契約締結の日から令和6（2024）年12月27日（金）まで

5 委託業務概要

(1) 共通事項

ア 主たるターゲットを北海道、関西、福岡及び沖縄エリアに在住する40歳代から50歳代の男女とする。

イ 広告の配信期間は、令和6（2024）年9月下旬から11月下旬とする。ただし、より最適な提案がある場合は、これに限らない。

ウ 広告の配信期間全体を通し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。

エ 5(2)のInstagram広告及び5(3)の検索連動型広告のバランスは、それぞれの広告手法の特性を踏まえ、適切な割合で設定すること。

オ 広告の掲出により得られたユーザー情報の「リターゲティングリスト」を作成するとともに、広告運用の状況により必要に応じてリターゲティングによる広告を配信すること。

カ 広告からの流入先（以下「ランディングページ」という。）は、とちぎ旅ネット

(<https://www.tochigiji.or.jp>) 内に甲が別途設置する茨城県及び栃木県の秋季観光に関する特設ページ（以下「特設ページ」という。）とすること。ただし、より最適な提案がある場合は、これに限らない。

キ 広告価値を毀損させる「ビューアビリティ」、「アドフラウド」、「ブランドセーフティ」等については、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。

ク 別紙「デジタルプロモーション等実施時における留意事項」に基づき実施すること。

(2) Instagram広告配信業務

ア Instagramアカウント「茨城空港【公式】」(https://www.instagram.com/ibaraki_airport/)を使用し、静止画バナー広告を配信すること。ただし、より最適な提案がある場合は、これに限らない。

イ 広告の内容は、茨城県及び栃木県の秋季観光とする。ただし、より最適な提案がある場合は、これに限らない。

ウ 静止画バナー（以下「クリエイティブ」という。）を茨城県及び栃木県の特徴あるコンテンツから制作すること。

エ クリエイティブ制作のための写真素材は甲が提供するものとする。ただし、乙が一切の調整及び許認可等の諸手続きを行った上で写真素材を入手する場合は、これに限らない。

(3) 検索連動型広告配信業務

ア 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「検索連動型広告」という。）を配信すること。

イ 広告媒体は、Google検索ネットワーク（GSN）とすること。ただし、より最適な提案がある場合は、これに限らない。

ウ 茨城県及び栃木県への旅行に関心がある者の旅行意欲を向上させることを目的として実施すること。

エ 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に提案し、甲と乙で協議の上で決定すること。

(4) 目標設定（KPI）

ア 甲は、ランディングページとする特設ページに、スカイマークホームページ内の航空券オンライン予約ページ(<https://www.skymark.co.jp/ja/>)にリンクするボタン（以下「リンクボタン」）を設置する。コンバージョンは、広告を経由したリンクボタンのクリックとし、乙は、コンバージョン数1300回を下限とし、目標KPIを設定すること。

イ KPIを達成した場合においても、予算の限り業務効果の最大化を目指して業務を継続すること。

ウ 甲は、広告の配信期間中、必要に応じて特設ページを改修し、業務効果の向上を図る。

(5) 効果測定、分析及び報告業務

ア 配信する広告のインプレッション数、クリック数、クリック率、コンバージョン数、コンバージョン率、ユーザー属性やクリック後の行動等を適宜分析しながら、月に2回以上、ターゲティング又は検索連動型広告におけるキーワード等設定の見直しについて、甲に協議すること。

イ 広告配信開始後、2週間に1回程度のミーティングを実施し、広告配信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、原則として甲の指定する場所にて実施する。

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、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 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。

6 提出物及び提出期限

(1) 契約締結時に速やかに提出するもの

ア 企画提案の内容を基に、業務スキームを含めた委託業務全体のスケジュールについて盛り込んだ「業務企画書」（「業務計画書」及び「実施工程表」を含む。）

イ 総括責任者通知書

ウ その他甲が業務確認に必要と認める書類又は電子データ

(2) 業務実施中に提出するもの

ア 5(5)ウの月次報告書

甲が指定する期限までに提出すること。

イ その他甲が業務確認に必要と認める書類又は電子データ

(3) 業務完了後に提出するもの

ア 業務完了報告書

紙媒体又は電子媒体にて令和6（2024）年12月27日（金）までに提出すること。

イ 実績報告書

紙媒体又は電子媒体にて令和6（2024）年12月27日（金）までに提出すること。

ウ 制作したクリエイティブを収めたDVD-ROM

令和6（2024）年12月27日（金）までに提出すること。

エ その他甲が業務確認に必要と認める書類又は電子データ

7 留意事項

- (1) 本業務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。
- (2) 業務上で撮影が必要な場合は、事前に管理者等に撮影及び広告配信の許可を得ること。
- (3) 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。）及び肖像権等の権利は、完了検査をもって全て甲に移転すること。
- (4) 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。
- (5) 乙は、甲が認めた場合を除き、成果品に係る著作権者人格権を行使できないものとする。
- (6) 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。
- (7) 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。
- (8) 本業務の実施に際して、知り得た秘密を他に漏らしてはならない。また、業務終了後も同様とする。
- (9) 業務実施のための個人情報の取扱いについては、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。
- (10) 甲は、必要に応じ、乙に対して委託業務の処理状況について調査し、報告を求めることができる。
- (11) 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（交通費及び各種データ費等）は、全て委託料に含むこと。
- (12) 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」を別立てで計上し、積算すること。
- (13) 業務の詳細について甲と乙で協議の上で決定し、進捗状況を綿密に甲に報告すること。
- (14) 本業務の再委託は原則認めない。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。
- (15) 乙は、本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、統括責任者は原則として変更できないものとする。
- (16) 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

は甲と乙で協議の上で定めることとする。

- (17) 本仕様書に定め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業務に含まれるものとする。