

業 務 仕 様 書

1 業務名

令和5年度しまなみ地域滞在型観光促進事業委託業務

2 履行期間

契約の締結の日から令和6年2月29日（木）

3 業務目的

本業務委託は、瀬戸内しまなみ海道活性化実行委員会（以下「委託者」という。）が民間事業者（以下「受託者」という。）にスマートフォン等を活用したデジタルスタンプラリー及び交流会の実施を委託するもので、次のことを目的とする。

しまなみ海道・ゆめしま海道沿線の県内島しょ部では、近年、この地域ならではの観光資源を活かし、意欲的に活動する体験プログラムの提供者や個人旅行者向けの宿泊施設を運営する観光事業者が増加している。こうした事業者の中には、小規模経営者も多く、各々が取り組むSNS等の情報発信だけでは認知度向上につながりにくいことから、地域一体の魅力発信を行うことが求められている。

本業務委託は、こうした現状を鑑み、事業者間の連携強化と地域一体となった情報発信により滞在型観光を促進し、観光消費に繋げることを目的とする。

4 業務内容

受託者は、以下の業務を円滑に実施すること。なお、対象地域は今治市（主に島しょ部）及び上島町とし、主な誘客ターゲットは、車で当該地域を訪れる県内外の小グループ旅行者とし、本事業の目標達成指数（KPI）はスタンプラリー参加人数2000人程度（※）とする。

※スタンプラリースポット（以下、「スポット」とする。）を訪れ、スマートフォン等で2つ以上スタンプを獲得した人の数

(1) 内容

ア デジタルスタンプラリーの企画・実施

- ①当該地域の多様な魅力をPRし、域内の小規模観光事業者が独自に運営するSNS等の情報発信を支援する、デジタルスタンプラリーイベントを実施すること。イベントで利用するスタンプラリーのシステムについては、ブラウザ方式、アプリ方式など、本事業の特性を踏まえて最適な手法について提案すること。
- ②実施期間は2か月以上とし、当該地域の特性及び事業効果等を考慮し、実施時期と併せて提案すること。
- ③掲載可能なスポット数や内容について、提案すること。
- ④スポットは、域内の観光事業者等に広く周知・募集し、実行委員会と協議の上決定することとするが、雨の日でも楽しめる域内の体験プログラムについて、誘客ターゲットを考慮し、10スポット程度提案し、体験名、事業者名、所在地（市町）について企画提案書に記載すること。なお、各スポットについて、提案の時点でスポットの設置許諾を得ることまでは要しない。

- ⑤誘客ターゲットに対して、雨の日でもスタンプラリーへの積極的な参加を促す施策について提案すること。
- ⑥域内の観光事業者への募集チラシを作成すること（A4版1枚程度）
- ⑦スタンプの取得について、観光地での消費行動を促すような方法を提案すること。

イ デジタルプロモーションの実施

①基本的な業務内容

- ・上記で定めたターゲットを対象に、当該地域の小規模観光事業者の認知度を高めるとともに、デジタルスタンプラリーへの参加意向を喚起する上で、最適と考えられる媒体や配信目的を選定し、効果的なインターネット広告配信等を行うこと。
- ・配信目的に応じて、リーチ数、クリック数、アクション数、ファン数（いいね数）、CTR、CPC、CPA、CPEなど、進捗管理すべき数値目標（KPI）を設定し、モニタリングしながら運用すること。

②ターゲットに応じた広告クリエイティブの制作

- ・ターゲットを念頭に、当該地域の魅力が効果的に表現され、かつデジタルスタンプラリーへの参加意向を喚起する広告クリエイティブを制作すること。

ウ 交流会の実施（1回）

- ①デジタルスタンプラリーを通じて得られた成果や各者の事業課題を関係者間で共有することを目的とした交流会を企画・運営すること。参加者は、スタンプラリーで選定したスポットを運営する事業者を想定し、今治市島しょ部もしくは上島町で開催することとし、会場についても提案すること。
- ②会場費や人件費のほか、参加者の交流を深めるために効果的であると考えられる必要な経費は、項目ごとに分けて見積もりに含めること。

エ デジタルスタンプラリーの広報物（POP・チラシ等）の作成

- ①デジタルスタンプラリーの開催について観光客にPRを行うため、サービスエリアやレンタカー会社の店舗、各スポット等で配布・掲示する広報物を作成すること。デジタルプロモーションとのバランスや相乗効果に配慮して、掲載内容、大きさ、枚数について提案すること。

オ 効果測定及び報告

- ①インターネット広告やデジタルスタンプラリーについては、配信・利用状況を報告すること。報告の時期や頻度について、実施スケジュールに記載すること。
- ②デジタルスタンプラリーの利用状況について、参加者属性、スタンプを押した箇所等、利用可能なデータを企画書に記載し、収集データを提出すること。

カ その他

- ①仕様書に示す委託者の要求事項に固執することなく、受託者の知識、経験等を活かし、留意事項、指摘事項等を示すなど当該業務が委託者の要求事項以上に最大限の成果を上げるため、予算額の範囲内で提案すること。

- ②委託者は、必要に応じ、受託者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。
- ③受託者が業務を遂行するうえで必要な資料等は、受託者において入手すること。
- ④本業務は、別記1「デジタルプロモーション実施時における留意事項」に基づき実施すること。
- ⑤受託者は、業務の全部又はその主たる部分を一括して第三者に委託してはならない。委託業務の一部を再委託する場合は、その旨を企画提案書に記載すること。

(2) 実施時期

契約締結時～令和6年2月

5 準拠法令等

本業務は、本仕様書によるほか、関係各種法令及び計画に準拠して実施すること。

6 受託者の義務

- (1) 受託者は、本業務の意図及び目的を十分に把握し業務を遂行すること。
- (2) 受託者は、本業務の実施にあたり、委託書と詳細な協議を行い、委託者の承認後に業務を遂行すること。

なお、本仕様書は、業務の主要事項のみを示したものであるため、これらに記載のない事項であっても、業務遂行上必要と認められるものについては、責任を持って充足すること。

7 業務実施計画書等の提出

受託者は、本業務の契約締結後、速やかに委託者と詳細な打合せを行うとともに、次の書類を提出し、委託者の承認を受けたうえで業務を実施すること。

- (1) 打合せ資料及び記録簿（様式任意）
- (2) 業務実施行程表（様式任意）
- (3) その他委託者が指示するもの

8 工程管理

受託者は、業務実施計画書に基づいて適正な工程管理を行い、業務の進捗状況を随時委託者に報告すること。

9 損害賠償

受託者は、本業務実施中に生じた諸事故や第三者に与えた損害について一切の責任を負い、委託者に発生原因及び経過等を速やかに報告し、委託者の指示に従うこと。

10 秘密の遵守

受託者は、個人情報保護法を遵守し、委託者からの借用物、本業務の内容及び業務に係る資料を委託者の許可なく他に公表及び貸与しないこと。
また、本業務において、受託者の社員はもとより、退職後といえども業務上知り得た情報を何人にも漏洩してはいけない。

11 著作権の譲渡等

受託者は、成果品が著作権法（昭和45年法律第48号）第2条第1項に規定する著作物に該当する場合には、当該著作物に係る受託者の著作権（著作権法第21条から第28条までに規定する権利をいう。）を当該著作物の引渡し時に無償で譲渡することとする。また、受託者は、愛媛県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。

12 疑義等

本仕様書に明示していない事項あるいは作業過程において疑義が生じた場合、委託者と受託者が協議のうえ、受託者は委託者の指示に従うこと。

13 成果品

以下のとおり提出すること。

- (1) 業務委託報告書（A4版） 紙媒体1部
業務の実施期間、スタンプラリー及びデジタルプロモーションの結果交流会の内容、参加者数、記録写真を添付すること。
- (2) 交流会で使用した資料及び開催案内のチラシデータ
- (3) その他発注者が指示するもの

14 成果品の二次利用

本業務による成果品の著作権は瀬戸内しまなみ海道活性化実行委員会に帰属するものとし、また、瀬戸内しまなみ海道活性化実行委員会は本業務の成果品を自ら使用するために必要な範囲において、随時利用できるものとする。なお、関係機関の提供などの二次的な利用についても可能とする。

【別記1】

デジタルプロモーション実施時における留意事項

愛媛県デジタルマーケティングガイドラインに基づき、下記の点に留意して実施すること。

1 Google アナリティクス及びGoogle タグマネージャ管理に関する業務

- (1) 本事業の PDCA サイクルの確立やオーディエンスリストの蓄積のため、各種計測タグ、リターゲティングなど、事業に関わるタグを設定すること。

2 種類の Google アナリティクス横断アカウント(愛媛県庁の複数ウェブサイトに対する横断的な計測)及び縦断アカウント(本事業に用いるウェブサイトのみ)の計測)のトラッキングコード、Google アナリティクスイベントトラッキング・目標設定用のタグ、受託者の Google 広告アカウントで発行する Google 広告リマーケティングタグ、コンバージョントラッキング、コンバージョンリンカー、愛媛県公式の Facebook ビジネスマネージャで発行する Facebook ピクセル、その他サードパーティタグ等

- (2) 上記の各種タグについては、瀬戸内しまなみ海道活性化実行委員会(以下「委託者」という。)と協議の上、愛媛県公式の Google タグマネージャ上に別途発行するコンテナを活用して、設定を行うこと。
- (3) 事業の目的を定義するため、委託者と協議の上、ウェブサイトの目標を縦断 Google アナリティクス上で設定すること。
- (4) 委託者と協議の上、事業におけるタグ活用が確実に行われるよう、愛媛県公式の Google タグマネージャ上でのタグ・トリガーアクションの設定、タグの発火テストを実施すること。
- (5) アプリを利用する場合、アプリの利用状況や広告経由のインストール数について、Google タグマネージャ及び Firebase 向け Google アナリティクスを用いて、目的の達成度合いを効果検証すること。

2 適正なデジタルプロモーションの実施

- (1) 広告価値毀損の課題「アドフラウド」「ブランドセーフティ」「ビューアビリティ」について、瀬戸内しまなみ海道活性化実行委員会の構成員の信用失墜やブランド毀損となる場所への広告掲載は必ず避ける、アドベリフィケーションツールを採用するなど、可能な限り委託者に対する透明性を確保の上、確実な対策を行うこと。
- (2) 委託者が示す事業目的に応じて CPM 課金、CPC 課金やその他の課金方式を選択して提案可能とする。広告媒体のうち、バナー広告等の CPM 課金型(インプレッション単価制)ディスプレイ広告を実施する場合には、vCPM 課金型(viewable インプレッション単価制)が可能であ

れば優先的に採用すること。その採用が困難な場合には、委託者にその事情を説明・協議の上、代替案を決定すること。

- (3) 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。
- (4) 縦断 Google アナリティクスで広告効果を取得するため、委託者が別途指定するルールに基づき、各広告媒体タグのパラメータを設定し、訪問者データを蓄積すること。
- (5) 広告媒体から着地するウェブサイトを経た目標完了等までを一体のユーザー導線として捉え、その総合的な動向や結果をもたらした要因や将来に向かった改善策を最終レポートとして必ず記載すること。

3 Facebook 広告を利用する場合

- (1) 愛媛県公式の Meta ビジネススイートと委託者が別途指定する Facebook ページ、Instagram アカウントや受託者の広告アカウントを紐付けること。
- (2) Facebook 広告を展開する場合は、委託者に対して「広告アカウントの管理」の権限を付与すること。なお、受託者の Facebook 広告アカウントとのリンク後、委託者は支払及び配信設定に関する操作は実施せず、愛媛県公式の Meta ビジネススイート以外への接続も行わない。
- (3) Facebook ピクセルの取扱いについては、「1」の記載のとおりとする。なお、事業目的に応じて最適なイベントピクセルの提案や、カスタムオーディエンスを設定すること。
- (4) Facebook が提供する無料調査（「リフトテスト」等）が利用できる場合には、委託者とその調査項目等を協議の上、必ず調査を実施すること。
- (5) サイト訪問後の行動を目的とする事業の場合、目的を達成した地点をコンバージョンとしてイベント測定を行い、広告配信の最適化対象をコンバージョンと設定し、最適な広告運用に務めること。

4 Google 広告を利用する場合

- (1) 本事業専用に広告アカウントを新規開設すること。
- (2) Google 広告を運用する場合には、愛媛県公式の MCC（マイククライアントセンター）アカウントと受託者の Google 広告アカウントをリンクすること。なお、受託者の Google 広告アカウントへのリンク後、委託者は支払及び配信設定に関する操作は実施せず、愛媛県公式の MCC 以外への接続も行わない。
- (3) 受託者の広告アカウントと縦断 Google アナリティクスを連携すること。受託者の Google 広告アカウント及び縦断 Google アナリティクスアカウントそれぞれで、効果的と考えられるリマーケティングタグ、リマーケティングリストを設定し、共有すること。
- (4) リマーケティングタグの取扱いについては、「1」の記載のとおりとする。
- (5) 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、委託者とその調査項目等を協議の上、必ず調査を実施すること。

- (6) サイト訪問後の行動を目的とする事業の場合、目的を達成した地点をコンバージョンとして測定を行い、広告配信の最適化対象をコンバージョンと設定し、最適な広告運用に務めること。

5 Yahoo! 広告を利用する場合

- (1) 本事業専用に広告アカウント新規開設すること。
- (2) Yahoo! 広告を運用する場合には、愛媛県公式の MCC (マイクライアントセンター) アカウントと受託者の Yahoo! 広告アカウントをリンクすること。なお、受託者の Yahoo! 広告アカウントへのリンク後、委託者は支払及び配信設定に関する操作は実施せず、愛媛県公式の MCC 以外への接続も行わない。
- (3) 受託者の Yahoo! 広告アカウントで、効果的と考えられるマーケティングタグ、ターゲティングリストを設定し、共有すること。
- (4) マーケティングタグの取扱いについては、「1」の記載のとおりとする。
- (5) サイト訪問後の行動を目的とする事業の場合、目的を達成した地点をコンバージョンとして測定を行い、広告配信の最適化対象をコンバージョンと設定し、最適な広告運用に務めること。

6 その他広告媒体を利用する場合

- (1) Facebook 広告又は Google 広告、Yahoo! 広告以外の広告媒体を活用する場合においても、原則として両媒体と同様の対応を行うこと。
- (2) 広告の閲覧権の付与について委託者がやむを得ないと認めるに足る事情があると考えられる場合には、委託者と協議の上、代替案を決定すること。
- (3) 各媒体などとタイアップ企画コンテンツを制作する場合は、同コンテンツ内に委託者が指定するリターゲティング用のタグを設定し、訪問者データを蓄積するよう務めること。

7 動画制作・動画広告を実施する場合

委託者が今後中期的なデジタルプロモーションを行うことを念頭に、動画視聴者のアクセス情報を蓄積すること (動画視聴者リマーケティングリスト作成等)。

8 7においてYouTube を利用する場合

- (1) 作成した動画は愛媛県が運営する YouTube チャンネルへ掲載を行うこと。
- (2) 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い、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利用するために、

YouTube チャンネルと受託者の Google 広告アカウントをリンクさせること。

9 その他

- (1) 欧州経済領域（EEA）域内から域外へ個人データの移転を行う場合は、EU 一般データ保護規則(GDPR : General Data Protection Regulation) コンプライスへの対応を受託者において検討の上、対策を行うこと。
- (2) 各種アカウント作成及び設定時には、内容について委託者の承認を得ること。また、当該アカウントについては、事業完了後に一切の権利を委託者に譲渡すること。