

業 務 仕 様 書

1 件名

2025年度豪州に特化した愛媛県観光デジタルマーケティング事業委託業務

2 委託料（上限）

7,000,000円（消費税及び地方消費税を含む。）

3 発注者

愛媛県国際観光テーマ地区推進協議会（以下「協議会」という。）

4 委託期間

契約締結の日から令和8年3月31日（火）まで

5 事業の目的

豪州からの旅行者は、訪日旅行において長期滞在する傾向があるとともに、日本国内における周遊範囲が広く、特に近隣では広島県への訪問者が多いことが分かっている。

一方で、豪州においては、愛媛県の観光コンテンツの認知度が低だけでなく、広島県から愛媛県を訪れる際の交通手段や所要時間、近さや手軽さが認識されておらず、広島県から愛媛県を訪れるという意識や選択肢が不足している。

そのため、広島県をはじめとした近隣県から愛媛県、他県への旅行導線や所要時間、魅力のほか、豪州ターゲット層の関心が高い県内のアウトドア・文化歴史体験等の県内観光コンテンツ等のプロモーションを目的とし、協議会が作成した広報素材や多言語サイト等を現地のターゲット層に訴求することで、愛媛県観光の認知を高めるとともに、愛媛県を訪問・宿泊する豪州インバウンド旅行者の増加に繋げるものである。

6 配信ターゲット

本県のメインターゲットは下記（1）～（3）の豪州在住者としつつ、本事業目的や近年の訪日インバウンド観光客の動向などのデータに基づき、「7 豪州誘客促進事業のKPI」を達成するために効果的と提案者が考える「配信エリア、性別、年齢」等を提案すること。

なお、最終的には協議会との協議を経て決定するものとする。

メインターゲット：（1）超顕在層（愛媛県含む近隣地域への旅行検討層）
（2）訪日顕在層（日本旅行検討層）
（3）アドベンチャートラベル関心層

7 豪州誘客促進事業のKPI

2023年以降の豪州からの県内延宿泊者数実績を踏まえ、豪州からの本県への来訪者数を大きく増加させることを、本事業を含めた豪州誘客促進事業の最終目標とする。

・豪州からの県内延宿泊者数	（2023年）	3,500人
	（2024年）	4,850人

8 業務の内容

(1) デジタル広告配信

豪州インバウンド旅行者の来県意欲向上に効果的と考える各種媒体を活用して広告配信し、訴求効果を測定する。

①基本的な業務

- ・ 広告プラットフォームは、ターゲットへの到達確度の高いメディアを3媒体以上選択するものとし、目的に応じた最適な配信方法や配信回数を目安を示したうえで、協議会との協議を踏まえ、決定すること。
- ・ 複数期間に分けて広告配信を行うこととし、1回目の配信終了後、配信効果の測定・分析を行い、2回目の配信プラットフォーム・セグメント設定について提案し、協議会と協議のうえ2回目の配信を行うこと。また、3回以上に分けて広告配信を行う場合も同様。

②クリエイティブ制作

- ・ 選択したプラットフォームに広告を最適化するための動画、グラフィック、コピーライティングの制作・編集について実施すること。
- ・ 広告クリエイティブについては、6の配信ターゲットの興味関心を喚起するものであって、誘導するWebサイトの記事の内容等で変更するなど、目的に応じて訴求すべき内容を検討し、広告効果の最大化を図る上で最適なクリエイティブを提案すること。なお、制作物は、本事業終了後も協議会が配信及び使用できるものとする。
- ・ 広告接触後に、記事閲覧にとどまることなく、愛媛県への旅行意欲を喚起される、独自性のあるブランドやイメージを形成するような内容とし、認知の向上効果が見込まれるものを制作すること。
- ・ 過去事業で作成したクリエイティブについて、成果向上が見込まれる場合は、協議会と協議のうえ活用すること。
- ・ 協議会が作成した素材を活用したクリエイティブ制作を原則とすること。

③配信設定

- ・ 配信ターゲットを踏まえた効果的かつ効率的な配信設定を行うこと。
- ・ 広告効果の最大化を図るうえで、協議会が過年度事業で蓄積したWebサイト訪問者データを活用した配信が有効と考えられる場合は、契約後に当該データを提供するものとする。

④広告配信におけるKPI

「7 豪州誘客促進事業のKPI」を踏まえ、令和6年度豪州に特化した愛媛県観光デジタルマーケティング事業委託業務における広告配信のKPI及び実績を参考に、本県観光の認知向上の程度を計測可能な指標及び実現可能な範囲で最も高いKPIを提案すること。なお、広告配信は単なるサイトクリックやWebサイト訪問にとどまらず、サイト内の記事を読み込み、愛媛県に対する興味関心度、来訪意向度を向上させることを目的としていることから、事業期間中の成果改善のために計測すべき指標を含めること。

- ・令和6年度豪州に特化した愛媛県観光デジタルマーケティング事業委託業務における広告配信のKPI及び実績（ただし、2025年1月末現在）
 - ア 広告配信による平均エンゲージメント率
 - KPI：35%以上 実績：62%
 - イ エンゲージのあったセッション数
 - KPI：3,800以上 実績：5,130

⑤実施スケジュール

- ・総広告配信期間を最低90日間とし、最も効果的な配信時期を提案者において提案すること。

<留意事項>

- ・毎月、④の指標やクリック・視聴（閲覧）回数、視聴者（閲覧者の属性（年齢、地域、特性など）に係るレポートを適時提出すること。
- ・全期間の配信が完了した後、本業務が本県の認知や関心等の向上へ与えた影響について、数値化して分析を実施し、配信実績等の報告と併せて提出すること（後「13(2)」参照）。
- ・視聴状況やその他の状況に応じて、地域の絞込み等の改善案を協議会と協議し、実施すること。
- ・本業務の実施にあたっては、別記「デジタルプロモーション実施時における留意事項」の内容を踏まえ、適切に業務を遂行すること。

（2）独自提案事項について

上記（1）の業務と連動し、委託業務全体の効果を高めると考えられる独自提案事項がある場合は、企画提案すること。ただし、実施に要する経費は、上記（1）の業務に要する経費と併せて、委託料の上限の範囲内とし、さらに委託料全体の半額を超えてはならない。

企画提案書には、独自提案事項の理由やイメージ、コンセプト、それを実現するための方法等を具体的に記載すること。

※また、愛媛県をエリアに含む地方公共団体、法人（独立行政法人を除く。）及び任意団体（協議会等）の事業を受託する場合（予定を含む。）、独自提案の業務内容が重複してはならない。

9 総括責任者

受託者は、本業務の実施にあたり、十分な経験を有する者を総括責任者として定めなければならない。

10 再委託の可否

- ・受託者は委託業務遂行において、一括して第三者に委託し、又は請け負わせることができない。ただし、業務を効率的に行う上で協議会が必要と認めるときは、契約業務の一部を他者に再委託することができるものとする。
- ・再委託範囲は受託者が責任を果たせる範囲とし、再委託先に問題が生じた場合は、受託者の責任において解決すること。

11 守秘義務及び個人情報の取扱い

- ・ 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。
- ・ 本業務の実施のための個人情報の取扱いについては、別記「個人情報取扱特記事項」を遵守しなければならない。
- ・ 再委託範囲に個人情報の取り扱いが含まれるときは、再委託先との間で個人情報に関する適切な体制を確保すること。

12 著作権等の取扱い

- ・ 本業務により制作された成果品の一切の著作権（著作権法（昭和45年法律第48号）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協議会に移転すること。帰属困難なものがあれば、その旨協議会に伝えること。
- ・ 受託者は、協議会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。
- ・ 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。
- ・ 成果品に第三者が権利を有する著作物等が含まれる場合は、受託者は、当該既存著作物等の使用に必要な費用の負担及び使用許諾契約等に係る一切の手続きを行う。
- ・ 第三者からの異議申し立て、紛争の提起については、全て受託者の責任と費用負担で対応する。

13 提出書類等

受託者は委託契約書に定めるもののほか、次の各号に掲げる書類・成果物等を提出しなければならない。

（1）契約締結時に速やかに提出するもの

- ・ 事業計画書及び実施工程表 紙1部
- ・ その他協議会が業務の確認に必要と認める書類

（2）業務完了後に速やかに提出するもの

- ・ 実績報告書：紙1部（カラー）及び電子データ（電磁的記録媒体は任意）
- ・ その他協議会が業務の確認に必要と認める書類及び写真等

※電磁的記録媒体の購入費用は委託料に含める。

14 その他

- ・ 受託者は、本業務の実施に当たり、愛媛県会計規則（昭和45年愛媛県規則第18号）、「個人情報の保護に関する法律」等関係法令・条例等を順守しなければならない。
- ・ 契約や支払いに関する書類など本業務の関係資料を業務完了の年度の翌年度から起算して、5年間保管すること。
- ・ 協議会は、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。
- ・ 受託者は、制作を進める過程において内容やスケジュールを協議会と十分に協議の上、作業を進めるものとし、作業の進捗状況について、随時、報告すること。また、複数回の内容確認及び修正指示の機会を設けること。
- ・ 本業務遂行中に受託者が県若しくは第三者に損害を与えた場合又は第三者から損害を受けた場合は、直ちに協議会にその状況及び内容を書面により報告し、全て受託者の責任において処理解決するものとし、協議会は一切の責任を負わないものとする。
- ・ 本仕様書に記載のない事項については、その都度、協議会と受託者が協議して決定する。

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 Meta ビジネスマネージャで発行する Meta 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、愛媛県及び「*Visit Ehime Japan*」の管理運営業務の受託者と協議の上、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、愛媛県及び「*Visit Ehime Japan*」の管理運営業務の受託者と協議の上、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) 「*Visit Ehime Japan*」の管理運営業務の受託者と協議の上、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、愛媛県の信用失墜やブランド毀損となる場

所への広告掲載は避けるための設定を行う、アドベリフィケーションツールを採用するなど、可能な限り愛媛県に対する透明性を確保の上、確実な対策を行うこと。

- (2) 愛媛県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や、広告配信の目的に応じて、クリック単価制、コンバージョン最大化の自動入札を用いるほうが効果的な場合には、愛媛県に説明・協議の上、方式を決定すること。
- (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、愛媛県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。
- (6) (1) に記載の対策を行っても、広告媒体から不正なクリックや広告表示が発生して返金が発生する可能性がある。その際に返金分の取り扱いについては、愛媛県と協議の上取り決めを行うこと。

3 Meta (Facebook、Instagram) 広告を利用する場合

- (1) 愛媛県公式の Meta ビジネスマネージャと愛媛県が別途指定する 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) Meta 広告を展開する場合は、愛媛県に対して「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 Meta 広告アカウントとのリンク後、愛媛県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 ビジネスマネージャ以外への接続も行わない。
- (3) Meta 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) Meta 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、愛媛県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、愛媛県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マーケティングタグ、マーケ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) 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、愛媛県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、愛媛県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) Meta 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愛媛県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、愛媛県と協議の上、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、同コンテンツ内に愛媛県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

愛媛県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、内容について愛媛県の承認を得ること。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愛媛県に譲渡すること。

(別記)

個人情報取扱特記事項

< 甲：愛媛県国際観光テーマ地区推進協議会、乙：受託者 >

(基本的事項)

第1 乙は、個人情報保護の重要性を認識し、この契約による業務の実施に当たっては、個人の権利利益を侵害することのないよう、個人情報の適切な管理を行わなければならない。

(秘密の保持)

第2 乙は、この契約による業務に関して知り得た個人情報をみだりに第三者に漏らしてはならない。この契約が終了し、又は解除された後においても、同様とする。

2 乙は、この契約による業務に関わる責任者及び従事者に対して、在職中及び退職後において、この契約による業務に関して知り得た個人情報の内容をみだりに他人に知らせ、又は不当な目的に利用してはならないこと、これに違反した場合は、個人情報の保護に関する法律（平成15年法律第57号）の規定に基づき処罰される場合があることその他個人情報の適切な管理に必要な事項に関する研修をしなければならない。

(保有の制限)

第3 乙は、この契約による業務を行うために保有する個人情報は、業務を達成するために必要な最小限のものにしなければならない。

(安全管理措置)

第4 乙は、この契約による業務に関して知り得た個人情報の漏えい、滅失又は毀損（以下「漏えい等」という。）の防止その他の個人情報の適切な管理のために必要な措置を講じなければならない。

2 乙は、この契約による業務の責任者及び従事者を定め、書面により甲に報告しなければならない。

3 乙は、責任者及び従事者を変更する場合は、事前に書面により甲に報告しなければならない。

4 乙は、従事者の管理体制及び実施体制並びにこの契約による業務で取り扱う個人情報の管理の状況についての検査に関する事項について書面により甲に報告しなければならない。

(利用及び提供の制限)

第5 乙は、甲の指示又は承認があるときを除き、この契約による業務に関して知り得た個人情報の内容を契約の目的以外の目的に利用し、又は提供してはならない。

(複写、複製の禁止)

第6 乙は、この契約による業務を処理するために甲から提供された個人情報が記録された資料等を、甲の承諾なしに複写し、又は複製してはならない。

(再委託の禁止等)

第7 乙は、この契約による個人情報を取り扱う業務を第三者に委託（以下「再委託」という。）してはならない。

2 乙は、この契約による業務の一部をやむを得ず再委託する必要がある場合は、再委託先の名称、再委託する理由、再委託して処理する内容、再委託先において取り扱う個人情報の内容、再委託先における安全性及び信頼性を確保する対策並びに再委託先に対する管理及び監督の方法を明確にした上で、業務の着手前に、書面により再委託する旨を甲に申請し、その承諾を得なければならない。

3 前項の場合、乙は、再委託先に本契約に基づく一切の義務を遵守させるとともに、甲に対して、再委託先の全ての行為及びその結果について責任を負うものとする。

- 4 乙は、再委託先に対して、再委託した業務の履行状況を管理及び監督するとともに、甲の求めに応じて、その管理及び監督の状況を適宜報告しなければならない。
- 5 前各項の規定は、再委託先が委託先の子会社（会社法（平成17年法律第86号）第2条第1項第3号に規定する子会社をいう。）である場合も、同様とする。

（派遣労働者利用時の措置）

- 第8 乙は、この契約による業務を派遣労働者に行わせる場合は、派遣労働者に対して、本契約に基づく一切の義務を遵守させなければならない。
- 2 乙は、甲に対して、派遣労働者の全ての行為及びその結果について責任を負うものとする。

（資料等の返還等）

- 第9 乙は、この契約による業務を処理するため甲から提供を受けた個人情報記録された資料等は、業務完了後直ちに甲に返還するものとする。ただし、甲が別に指示したときは、その指示に従うものとする。
- 2 乙は、この契約による業務を処理するため乙自らが取得し、又は作成した個人情報記録された資料等は、業務完了後速やかに、かつ確実に廃棄又は消去するものとする。ただし、甲が別に指示したときは、その指示に従うものとする。

（個人情報の運搬）

- 第10 乙は、この契約による業務を処理するため、又は業務完了後において個人情報記録された資料等を運搬するときは、個人情報の漏えい等を防止するため、乙の責任において、確実な方法により運搬しなければならない。

（実地検査）

- 第11 甲は、乙がこの契約による業務に関して取り扱う個人情報の管理体制、実施体制及び管理の状況等について、随時実地に検査することができる。

（指示及び報告等）

- 第12 甲は、乙がこの契約による業務に関して取り扱う個人情報の適切な管理を確保するため、乙に対して必要な指示を行い、又は必要な事項の報告若しくは資料の提出を求めることができる。

（事故時の対応）

- 第13 乙は、この契約による業務に関し個人情報の漏えい等の事態が生じ、又は生じたおそれがあることを知ったときは、その事態の発生に係る帰責の有無に関わらず、直ちに甲に対して、当該事態に関わる個人情報の内容、件数、原因、発生場所及び発生状況を書面により報告し、甲の指示に従わなければならない。

（損害賠償）

- 第14 乙は、その責めに帰すべき事由により、この契約による業務の処理に関し、個人情報の取扱いにより甲又は第三者に損害を与えたときは、その損害を賠償しなければならない。再委託先又は派遣労働者の責めに帰する事由により甲又は第三者に損害を与えたときも同様とする。

（契約の解除）

- 第15 甲は、乙がこの個人情報取扱特記事項に違反していると認めたときは、この契約の全部又は一部を解除することができる。