

ターゲティング広告によるデジタルプロモーション事業業務委託仕様書

1 業務名

ターゲティング広告によるデジタルプロモーション事業

2 事業目的

本業務において定めるターゲットに対して有効な訴求となるデジタルコンテンツの作成やデジタル広告（以下単に「広告」という。）の配信による的確なデジタルプロモーションを通じて、ターゲットの本市への情報接触度等の向上を図るとともに、効果的に本市の魅力を届けることによりターゲットに行動変容を促し、観光地として「選ばれるまち」を目指す。

3 履行期間

履行期間は、契約締結の翌日から令和8年3月31日までとする。

4 委託業務の内容

受託者（以下、「乙」という。）は、次に定める公益社団法人秋田観光コンベンション協会（以下、「甲」という。）が次に掲げる内容を実施すること。

(1) 本業務におけるターゲットの設定等

ア ターゲットの考え方

本業務におけるターゲットは、甲が掲げるターゲットの考え方等（別表1および別表2）を参照し、効果的な情報発信となるようマーケティングに基づき、コアターゲットを明確にした上で、本業務に係るターゲットを提案すること（ターゲットの範囲を狭めすぎないよう留意すること。）。

イ ターゲットに起こしてもらいたい行動変容

本業務において作成する記事を広告等を通じて閲覧（認知）し、記事閲覧をきっかけとして興味を持ち、秋田市のみならず秋田県内の観光情報を深掘りして収集すること（観光サイト内における行動変容）。

収集した情報をもとに秋田市への旅行を計画し、実際に来訪すること。

(2) 目標値（K P I）の設定

本業務の目的を達成する上で必要な目標項目と目標値がある場合は、具体的に設定し、その内容を提案書に記載すること。

設定した目標値を達成した場合においても、事業効果の最大化を目指して業務を継続し、効果的な運用に努めること。

(3) ターゲットに対して有効に訴求できる特集記事等コンテンツの作成

ア 記事の作成・掲載等に関すること

企画提案、取材、原稿作成、入稿（校正作業も含む）およびこれらに関する各種調整までを行うこと。

秋田市観光・イベント情報総合サイト「アキタッチ+（プラス）」（以下「観光サイト」という。）のフォーマットを使用することを想定して特集記事を作成すること。

制作したページは、観光サイト内に掲載すること。

イ 記事作成の計画等に関すること

履行期間内において、合計で5本程度の記事を作成し、観光サイト内に掲載すること（約10段落、全体で2,000～3,000文字程度。効果的に画像、動画等を活用すること。甲と相談の上決定）。

年間の事業実施スケジュールを作成し、甲に提示すること。

ウ 記事の内容に関すること

乙が現在の旅行ニーズや秋田市の強みを踏まえ、ターゲットのサイト流入および行動変容が見込めるコンテンツ等を提案・企画し、甲と協議のうえ、最終決定すること。

記事作成の前提となるコンテンツをその根拠とともに提案するなど、提案内容に具体性をもたせること。

タイトルや記事構成などSEO対策に効果的となるよう、文字や構成等を工夫すること。

エ その他（費用、権利関係等）

取材に係る必要経費（交通費、報償費、体験プラン参加費、食材購入費など）は委託料内で支払いをすること。

取材で撮影した写真（モデルを使用する場合も含む）の二次利用については、甲および秋田市観光文化スポーツ部が本市の観光振興を目的に使用する場合のみ、利用を妨げないこと。

(4) 乙による広告運用計画の作成

次に掲げる事項を盛り込んだ「広告運用計画」を作成し、契約締結後速やかに甲へ提出し、説明の上、承認を得ること。

ア 広告運用計画に盛り込むべき事項

ア) 本業務を通じたカスタマージャーニー

本業務におけるターゲットを元に本業務を通じたカスタマージャーニーを設定する。

イ) 事業期間を通じた広告の運用方針

カスタマージャーニーに基づき、以下を設定する。

① 広告手法

② 掲出プラットフォーム（Google、Yahoo!等）

- ③ 各広告（ディスプレイ広告、検索連動型広告、動画広告等）
- ④ 各広告（上記③）の経費配分のバランス方針
- ⑤ 各広告（上記③）の具体的な運用方法
- ⑥ 運用スケジュール

リ) 情報発信コンテンツ（広告クリエイティブ）の作成方針

エ) 広告効果の検証および運用の見直し方法

ロ) 目標設定（(2)参照）

カ) その他必要な事項

※広告の遷移先は、観光サイト内に作成する(3)の記事および甲が指定する記事とすること。

(5) 広告の運用管理

ア 潜在的なターゲット層に対して効果的に情報発信し、(1)の行動変容を促すことができるよう、広告を掲出・運用すること。

イ 広告は、少なくとも50万回程度露出するよう設計すること。

ウ 広告は主にディスプレイ広告等の手法を用いて、ターゲット層への情報発信を行うこと。手法やその組み合わせ方法等は提案すること。

エ 広告期間は甲と相談の上、決定すること。

オ 透明性確保、費用対効果の明確化のため、広告費用のうち、広告媒体原価と管理運用費は分けて見積もること。

カ 広告は(3)で作成したコンテンツごとに行うこととし、各回の結果を次回以降の広告配信（コンテンツ作成、クリエイティブ制作等）に活かすこと。

(6) 効果測定、改善

ア 本業務により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、クリック後の行動等を閲覧者の属性（地域、性別、年代や興味関心等）ごとに適宜分析しながら、ディスプレイ広告等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。

また、必要に応じて運用の見直し等についての提案を行うこと。

なお、提案は理解しやすいものを必須とし、理解が難しい場合は再提出を指示する場合がある。

イ 「(4)のアのエ) 広告効果の検証および運用の見直し方法」に関しては、来訪計測等のコンバージョンがはっきりとわかる手法を用いるなどの工夫を施すこと。

ウ 広告運用の効果測定に関しては、クリック単価のほか、エンゲージメント単価や記事を遷移先とした広告の費用対効果がわかる指標を入れて甲に提示すること。

エ ターゲットに対して広告を配信した結果、想定とは異なるエリア、年齢等をターゲットとすることが本業務の目的を達成するために、より効果的であると判断できるデータの蓄積があった場合は、その根拠とともに甲に対して助言、提案等を行い、ターゲットの見直し等について、協議するものとする。

5 成果物

(1) クリエイティブ

本業務により制作した広告クリエイティブは、制作完了後、データにて納品すること。

なお、本業務により作成し、甲に提出した納品物の所有権および著作権は甲に帰属するものとし、甲において自由に利用・修正・公開することができるものとする。

(2) 報告書

広告配信の完了後、以下の内容を含んだ報告書を事業完了後30日以内又は令和8年3月31日のいずれか早い日までに提出すること。

ア 本業務に係る効果検証分析レポート

イ 本業務の分析結果に基づく来年度以降のターゲティング案とプロモーション戦略に対する改善案

6 契約に関する条件等

(1) 契約金額

本業務の契約金額については、本業務に関わる一切の経費を含むものとする。

(2) 再委託等について

ア 乙は、原則、本業務の全て又は大部分を第三者に再委託してはならない。

イ 乙が本業務の一部を第三者に再委託する場合には、再委託先の概要や責任者、再委託する内容等について、事前に甲へ書面で提出し、承認を得るものとする。

(3) 著作権

本業務の過程で作成された著作物の著作権（著作権法（昭和45年法律第48号）第27条および第28条の権利を含む。）は、全て甲に帰属するものとし、乙は著作者人格権を行使しないものとする。

また、乙は、本委託業務の実施のために必要な第三者の著作権・肖像権については、事前に書面にて許諾を取得するとともに甲にその旨を書面により報告すること。

(4) 機密の保持

乙は、本業務を通じて知り得た情報を機密情報として扱い、目的外の利用、第三者への開示、漏洩について管理者の注意をもって、その情報を管理することとし、契約終了後も同様とする。

(5) 個人情報の保護

乙は、本業務を実施するに当たり、個人情報の保護に関する法律（平成15年法律第57号）のほかこれに関連する諸法令、ガイドライン、自ら定める個人情報保護方針その他の安全管理基準に基づき、その取扱いに十分留意し、漏えい、滅失および毀損の防止その他の個人情報の保護に関し必要な措置を講じるものとする。

(6) 本仕様書に記載のない事項又は本仕様書に疑義が生じた場合は、甲乙協議の上、定めるものとする。

(7) 本仕様書に定める内容以上の企画、機能、運用などが可能であれば、積極的に提案しながら進めること。

(8) 秋田市の入込客数、滞在時間の延長など観光消費額の増加につながる内容とすること。

(9) 本仕様書に記載する業務に加え、プロポーザルにおいて提案した企画に係る業務についても、あわせて実施すること。

(10) 本業務の遂行に当たり、疑義が生じた場合は、甲と十分に協議すること。

別表1 甲が掲げるターゲットの考え方

1 概要	次の者に対して秋田市の観光地としての魅力を伝えることにより、秋田市の観光コンテンツ等の認知度向上を図り、もって秋田市への誘客につなげることを目的とする。 ・東北を旅先として検討している潜在的な観光客 ・既に秋田市に一定の関心を有している者																																																																		
2 ターゲットとする地域	令和6年度において、観光サイトのユーザー数上位となった都道府県および市町村は以下のとおりである。 同表に記載するターゲット層が観光サイトを閲覧する可能性は、無関心層よりも高いと考えられる。 【都道府県別】<table><tr><th>順位</th><th>都道府県名</th><th>割合※</th></tr><tr><td>1</td><td>東京都</td><td>49.3%</td></tr><tr><td>2</td><td>秋田県</td><td>20.3%</td></tr><tr><td>3</td><td>北海道</td><td>7.7%</td></tr><tr><td>4</td><td>神奈川県</td><td>2.4%</td></tr><tr><td>5</td><td>大阪府</td><td>2.3%</td></tr><tr><td>6</td><td>埼玉県</td><td>1.8%</td></tr><tr><td>7</td><td>千葉県</td><td>1.6%</td></tr><tr><td>8</td><td>宮城県</td><td>1.5%</td></tr><tr><td>9</td><td>岩手県</td><td>1.2%</td></tr><tr><td>10</td><td>愛知県</td><td>1.2%</td></tr></table>【市区町村別】<table><tr><th>順位</th><th>市区町村名</th><th>割合※</th></tr><tr><td>1</td><td>秋田市</td><td>15.7%</td></tr><tr><td>2</td><td>札幌市</td><td>6.8%</td></tr><tr><td>3</td><td>台東区</td><td>6.5%</td></tr><tr><td>4</td><td>千代田区</td><td>4.8%</td></tr><tr><td>5</td><td>新宿区</td><td>4.6%</td></tr><tr><td>6</td><td>大田区</td><td>3.0%</td></tr><tr><td>7</td><td>渋谷区</td><td>2.5%</td></tr><tr><td>8</td><td>大阪市</td><td>1.8%</td></tr><tr><td>9</td><td>横浜市</td><td>1.3%</td></tr><tr><td>10</td><td>由利本荘市</td><td>1.1%</td></tr></table> ※全ユーザー数に占める割合	順位	都道府県名	割合※	1	東京都	49.3%	2	秋田県	20.3%	3	北海道	7.7%	4	神奈川県	2.4%	5	大阪府	2.3%	6	埼玉県	1.8%	7	千葉県	1.6%	8	宮城県	1.5%	9	岩手県	1.2%	10	愛知県	1.2%	順位	市区町村名	割合※	1	秋田市	15.7%	2	札幌市	6.8%	3	台東区	6.5%	4	千代田区	4.8%	5	新宿区	4.6%	6	大田区	3.0%	7	渋谷区	2.5%	8	大阪市	1.8%	9	横浜市	1.3%	10	由利本荘市	1.1%
順位	都道府県名	割合※																																																																	
1	東京都	49.3%																																																																	
2	秋田県	20.3%																																																																	
3	北海道	7.7%																																																																	
4	神奈川県	2.4%																																																																	
5	大阪府	2.3%																																																																	
6	埼玉県	1.8%																																																																	
7	千葉県	1.6%																																																																	
8	宮城県	1.5%																																																																	
9	岩手県	1.2%																																																																	
10	愛知県	1.2%																																																																	
順位	市区町村名	割合※																																																																	
1	秋田市	15.7%																																																																	
2	札幌市	6.8%																																																																	
3	台東区	6.5%																																																																	
4	千代田区	4.8%																																																																	
5	新宿区	4.6%																																																																	
6	大田区	3.0%																																																																	
7	渋谷区	2.5%																																																																	
8	大阪市	1.8%																																																																	
9	横浜市	1.3%																																																																	
10	由利本荘市	1.1%																																																																	
3 観光サイトの閲覧データ（別表2参照）や、民間事業者による旅行ニーズ調査等を踏まえたターゲット像	1泊2日又は2泊3日で、その旅先ならではのおいしい食べ物や温泉・露天風呂でゆっくりくつろぐなど、安らぎを求める。 秋田市内の温泉・露天風呂に限らず、県内各地を巡ることも視野に入れ、秋田市に滞在する旅のスタイル。 仕事や育児、家事などの日常からの開放を求め、秋以降も県内各地で数多く開催される魅力的なお祭りやイベント、秋田犬とのふれあいなどの各種体験、豊かな自然などを求め、旅マエにSNSやWEBを使用して情報収集してから出掛けるスタイル。 進学や転勤を契機に秋田市に住んだことがある者の一人旅。日頃から秋田市に関する情報に一定程度接触しており、定期的に秋田県・秋田市を訪れている者の秋田旅。																																																																		
4 その他	必ずしもこのターゲットに準拠する必要はなく、目的を達成するためにさらに詳細なターゲティングを行うことや、自社データ等に基づくターゲットを提案することを妨げない。																																																																		

別表2 令和6年度における観光サイトWEBページ別閲覧数ランキング

WEBページの名称等	ページの概要等
1位 【食】秋田名物を「知る」 ※食のトップページ	秋田県の郷土料理を紹介するページの1ページ目。きりたんぼ、稲庭うどん、比内地鶏、ババヘラアイスなどを記載。 https://www.akita-yulala.jp/specialty
2位 【イベント情報】 SAKEと発酵市in秋田市	J R東日本の重点販売地域指定を受け秋田県が実施する「秋田県冬の大型観光キャンペーン」に合わせ、秋田市が開催したイベントを紹介するページ。 ※現在非公開
3位 【イベント情報】 トップページ	秋田市内で開催されるイベントの情報を期日を指定して検索できるページ。 https://www.akita-yulala.jp/event
4位 【食】秋田名物を「知る」 2ページ目 ※食のトップページ	秋田県の郷土料理を紹介するページの2ページ目。とんぶり、ジュンサイ、あくらビールなどを記載。 https://www.akita-yulala.jp/specialty/page/2
5位 【見る・楽しむ】 秋田犬ふれあい処in千秋公園	千秋公園二の丸において、「秋田犬」とふれ合うことができる場所を紹介するページ。本事業の開催期間は5月～11月。 https://www.akita-yulala.jp/see/5000019278
6位 【厳選特集】秋田の「うまい！」 がここにある、秋田市民市場	秋田市民市場の魅力を紹介するページ。 https://www.akita-yulala.jp/selection/5000014077
7位 【アクセス】 秋田までのアクセス	東京、名古屋および大阪からの秋田への交通手段や所要時間等を記載するページ。 なお、秋田市を拠点として県内周遊観光をするための交通手段、所要時間等を調べることはできない。 https://www.akita-yulala.jp/information/access
8位 【イベント情報】令和6年度 千秋公園蓮の花ライトアップ	秋田商工会議所が主催する「千秋公園蓮まつり」にあわせ、毎年7月から8月にかけて実施する本事業を紹介するページ。 ※現在非公開
9位 【まるっとガイド】あきたお さんぽマップ～Akita City Walking Map～	秋田市の観光・飲食や文化財情報等をマップと連動させ、気軽にスマートフォン等で閲覧できる。本マップを紹介するページ。 https://www.akita-yulala.jp/guide/5000036575
10位 【まるっとガイド】 観光案内所	当協会が運営する2カ所の観光案内所を紹介するページ。同所において実施する手荷物宅配サービスや観光レンタサイクルに関する情報も記載。 https://www.akita-yulala.jp/guide/5000011483

※観光サイトのトップページを除く順位である。