

令和8年度観光需要喚起緊急支援体験型観光コンテンツ利用促進事業業務委託仕様書

1 委託業務名

令和8年度観光需要喚起緊急支援体験型観光コンテンツ利用促進事業

2 委託目的

本県には、しまなみ海道サイクリング、石鎚山登山、とべもりジップライン、滑床溪谷キャニオニングをはじめ、豊かな自然環境や多様な文化資源を活用した体験型観光コンテンツ（以下、「体験コンテンツ」という。）が地域の魅力として存在している。一方、物価高騰の影響により体験コンテンツの利用を含む「娯楽・サービス」への消費支出は減少傾向にあり、特に冬季の閑散期における体験コンテンツの利用者数は、現状が続けば更に減少すると見込まれる。

この状況を踏まえ、本県観光キャッチコピーである「疲れたら、愛媛。(※)」の「癒やし」の世界観を念頭に置きつつ、体験コンテンツ利用促進キャンペーンや、旅行者の需要を捉えた体験コンテンツのブラッシュアップ等を実施することで、冬季を中心とした閑散期の利用者数増加を図り、県内体験コンテンツ提供事業者（以下、「提供事業者」という。）の収益改善を目指す。

※観光キャッチコピー「疲れたら、愛媛。」・・・温泉、食、古い町並み、自然景観等、愛媛の強みである「癒やし」を中心とした観光プロモーション

3 委託期間

契約締結の日から令和9年3月31日（水）まで

4 業務内容

受託事業者は、以下の業務を行うものとし、県、提供事業者、その他関係者と十分に連携して業務を遂行すること。

ターゲット：県内、首都圏、近畿圏及び近隣県在住者

業務実施期間：令和8年11月中～令和9年2月（年末年始を除く）

(1) 体験コンテンツの利用促進キャンペーンの実施及びデジタル広告の配信

冬季の閑散期における体験コンテンツの利用促進キャンペーンを実施するとともに、SNS等を活用した当該キャンペーン利用促進のためのデジタル広告を配信すること。

(2) 特設サイトの開設

本県観光キャッチコピーである「疲れたら、愛媛。」の世界観を踏まえ、体験コンテンツ利用を促し、直感的に魅力的なコンテンツを探索できる特設ページを作成・開設すること。

(3) 体験コンテンツのブラッシュアップ及びオンラインセミナーの実施

「疲れたら、愛媛。」の世界観を踏まえ、「癒やし」を軸とする体験コンテンツの提供事業者へ専門家を派遣し、コンテンツのブラッシュアップを図るとともに、提供事業者向けのオンラインセミナーを実施すること。

(4) 独自提案事項について

上記事業内容と連動し、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、委託料の上限の範囲内で提案すること。

【実施にあたっての留意事項】

- ・体験コンテンツのブラッシュアップについて、単なる既存体験コンテンツの組み合わせとなることがないよう留意するとともに、旅行者の需要を十分に捉えたうえで“利用される”魅力ある体験コンテンツとなるよう努めること。
- ・ブラッシュアップの対象となる体験コンテンツは提案後、県と協議し、決定する。
- ・提供事業者向けオンラインセミナーの実施にあたっては、提供事業者の課題やニーズを踏まえ、最新の観光動向や効果的な体験内容の企画・運営方法を盛り込み、提供事業者の理解向上および実践に資するものとなるよう留意すること。
- ・OTAで販売する体験コンテンツは、販売数が把握できるものとする。
- ・体験コンテンツ事業者が独自にWEB上でコンテンツ販売を行っている場合も、OTA登録を行うよう働きかけを行うこと。なお、提供事業者の都合等によりOTA登録を行わない場合も、WEB上での販売数が把握できるよう、体験コンテンツ事業者との調整を行うこと。
- ・上記4(2)の特設サイトの開設において、成果検証のためアクセス解析を実施、検証したうえで適宜委託者へ報告すること。
- ・本業務の目的を達成するうえ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。

5 事業実施スケジュール

事業実施に当たり効果的な時期を受託者において設定すること。

6 実績報告等

受託者は、本業務完了後、速やかに委託契約書に規定する業務実績報告書を提出すること。

- ・種類等：紙媒体（3部）・電子データ（PDF形式）

7 KPI

- ・キャンペーンを活用した県内体験コンテンツ利用者数：1,000名以上
- ・既存体験コンテンツのブラッシュアップを少なくとも5件以上実施すること。
- ・オンラインセミナーの参加事業者数は、少なくとも40事業者以上とすること。

8 著作権等の取扱い

- (1) 本仕様書に規定するところにより、受託者が県に引き渡すべき成果物は、県の所有とする。
- (2) 著作権をはじめ、本業務の成果物における一切の権利は、県に帰属し、受託者が複写、複製、抜粋その他の形式により他の用に供する場合は、県の承諾を受けなければならない。
- (3) 県は成果物を公表することができる。
- (4) 委託業務の実施のために使用された県が所有する資料等の著作権は県に帰属する。ただし、受託者が従前より保有する特許権、著作権等の知的財産権を適用したものにおいては、県はその使用及び複製の権利のみを有するものとし、それらの知的財産権は受託者に帰属する。
- (5) 受託者は、県が認めた場合を除き、成果品に係る著作権人格権を行使できないものとする。
- (6) 本業務の実施にあたっては、別紙2「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。

9 その他留意事項

- (1) 本業務に係る一切の経費は、全て委託金額に含むこと。
- (2) 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ほか、必要に応じて県が所有するものを随時貸与する。
- (3) 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委託者と十分に協議の上、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。
- (4) 個人情報、秘密と指定した事項及び業務の履行に際し知り得た秘密を第三者に漏らし、または不当な目的で利用してはならない。契約終了後も同様とする。
- (5) 別記の「個人情報取扱特記事項」を遵守すること。
- (6) 本業務の実施にあたり、撮影等が必要な場合は、事前に管理者等に撮影及び公開の許可を得ること。
- (7) 本仕様に記載のない事項については、その都度、委託者と受託者が協議して決定する。
- (8) 委託業務に係る経費を他の経費と区別して経理するとともに、その収支を明確にし、他に流用してはならない。
- (9) 委託業務の関係書類を委託業務完了の年度の翌年度から起算して、5年間保管しなければならない。また、県から委託業務の内容に関する質疑等があった場合には、誠実に対応すること。
- (10) 本仕様に記載のない事項については、その都度、委託者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ための計測)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「(HP 名称)」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「(HP 名称)」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) 「(HP 名称)」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おいては、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場合がある。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、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リ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) 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) 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。