

市場別ターゲット特性デジタル分析事業業務委託仕様書

1 業務名

市場別ターゲット特性デジタル分析事業業務委託

2 業務の目的

インバウンド施策の投資対効果を客観的に最適化し、多様化・細分化する訪日市場においてマス向け露出型PRでは追いきれない最新の訪日潜在層の意識変化を動的に捕捉することで、ターゲット層に対し効率的かつ的確に広告を配信し、『STAY AKITA』への良質なアクセス（関心度が高く、サイトを読み込むユーザー）を創出すること。

3 委託期間

業務委託期間：委託契約締結日から令和9年3月31日

4 委託業務の内容

(1) Google広告を活用したマーケットテストの実施

- ・令和9年1月にリニューアル予定の秋田県公式観光サイト「STAY AKITA」内の市場別対応LPへ遷移するGoogle広告を配信し、広告配信データおよびアクセスログデータを活用したリアルタイムなマーケットテストおよび貢献度分析を導入する。

(2) 市場別ターゲットセグメントの設定及び分析設計

- ・台湾、香港、シンガポール、タイ、韓国、マレーシアの6市場を対象とした分析設計を行うこと。
- ・各市場における訪日旅行検討層のターゲットセグメントを整理し、ターゲット属性及び興味関心に関する仮説を設定すること。
- ・市場別比較分析のための評価指標を設計し、行動分析に必要なデータ取得アウトラインを提示すること。
- ・各市場構成は以下の順番で配分の比重をかけるものとする。
台湾／香港／韓国／タイ／シンガポール／マレーシア

(3) ターゲット行動データ収集の実施

- ・各市場を対象としたデータ取得施策を実施すること(Google広告等を活用し対象ユーザーを収集すること)。
- ・ターゲットユーザーの情報接触状況、および必要なアクセスデータを適正に収集すること。

(4) 市場別訴求テーマ反応分析

- ・複数のクリエイティブによる反応傾向を検証するための訴求コンテンツ設計を行うこと。
- ・クリエイティブ数については1市場ごとに最大2-3クリエイティブを上限とする。
- ・訴求テーマごとの誘引効果を比較し、市場別の関心領域を分析すること。
- ・ターゲット属性別の閲覧傾向を詳細に分析すること。

(5) 行動計測環境の構築及びデータ取得

- ・ 広告効果の分析およびサイト内の行動分析においては、秋田県の重要なデータ資産を蓄積するため、以下の連携を行うこと。

①秋田県所有のGA4へのデータ集約

効果測定は、秋田県が管理・保有するGoogle アナリティクス 4（以下、GA4）プロパティを用いて行うこと。

②広告アカウントの開設及び帰属

- ・ 本業務で使用するGoogle広告アカウントは、秋田県が管理するマネージャーアカウント（MCC）の配下に、本業務専用のアカウントとして新規に開設すること。当該アカウント及びその配信実績データの所有権は秋田県に帰属する。
- ・ 受託者は、県から当該アカウントへのアクセス権限の付与を受けて運用を行うものとし、委託期間終了時には自らのアクセス権限を返上すること。
- ・ 広告費の支払い設定は受託者が設定し、委託期間終了時にこれを解除すること。アカウント本体及び配信実績は県MCC配下に残置されるものとする。

③UTMパラメータの付与

出稿する全ての広告のリンク先URLには、流入元（どの国の、どの広告キャンペーンから来たか）をGA4上で正確に識別できるよう、適切なパラメータ（UTMパラメータ等）を必ず付与すること。パラメータの付与についてはルール化すること。

(6) 市場別ターゲット特性分析

- ・ 市場別の流入経路やユーザー行動などの特性を整理すること。
- ・ 流入後のページ閲覧行動分析など、サイト行動詳細分析を実施すること(※環境等については適宜協議の上実施すること)。
- ・ 市場ごとの情報取得特性を整理し、有望なターゲットセグメントを抽出すること。

(7) 誘客モデル仮説の提示

- ・ 市場別のサイトの有効運用に必要な流入導線を整理すること。
- ・ 今後の認知拡大に向け有効性が認められるターゲットモデルを整理すること。

(8) KPI（指標）

単なる広告の表示回数（Imp）にとどまらず、以下の指標を総合的に評価する目標値を提案すること。なお、「STAY AKITA」のリニューアルは令和9年1月上旬を予定している。ただし公開日が大幅に変更となった場合は、配信期間および目標値の取扱いについて双方協議のうえ調整する。マーケットテストにおける目標値は、配信開始後の実測値に基づき、県と協議のうえ補正できるものとする。また市場間・媒体間の予算配分についても、分析に必要なサンプル量を確保する観点から、県と協議のうえ調整できるものとする。

① 主要KPI（広告の配信効率と集客力）

- ・ 広告表示回数（インプレッション数）
- ・ 広告クリック数（流入数）
- ・ クリック率（CTR）およびクリック単価（CPC）

②質的KPI（誘導したユーザーの質）

- ・ 広告経由ユーザーの直帰率（または平均エンゲージメント時間）
※的外れな層を集客していないかを評価するための指標とする。

③その他、運用最適化のための参考指標（マイクロコンバージョン）

- ・上記の他に、広告ならびにサイトの運用のために有効と考えられる指標があれば提案すること

(9) 分析結果の取りまとめ及び提言

- ・進捗に応じた中間報告書、および事業完了に伴う最終報告書を作成すること。
- ・市場別ターゲット特性の整理などを含む、市場別分析レポートを作成すること。
- ・今後のデータ収集・分析に係る提言などをまとめること。

5 納入成果物

以下に記載する提出物を電子データ等により納品すること。

- ・業務計画書(契約締結後速やかに提出)
- ・行動計測環境設計書(GA4実装内容、UTMパラメーター一覧等)
- ・中間報告書
- ・最終報告書一式(市場別分析レポート、誘客モデル提言書を含む)
- ・広告配信実績及びアクセス解析データの集計表並びに分析データ（電子データ）

6 契約に関する条件等

(1) 報告書の提出

- ・本業務の実施状況については、契約期間満了時には実績報告書を提出すること。
- ・上記報告のほか、必要な場合は適宜書面にて状況を報告すること。

(2) 再委託等について

- ・受託者は本業務のすべてを第三者に再委託し、又は、請け負わせてはいけない。
- ・受託者は本業務の一部を第三者に再委託することができるが、その場合は再委託先の概要と責任者を明記し、再委託する業務の内容、実施体制等を事前に書面にて提出して委託者の承認を得るものとする。

(3) 業務の履行に関する措置

- ・委託者は本業務（再委託した場合を含む）の履行につき著しく不相当と認められるときは、受託者に対してその理由を明示した書面により必要な措置をとるべきことを要求する場合がある。
- ・受託者は前記要求があったときは、当該要求に係る対応を決定し、10日以内に委託者に書面で提出しなければならない。

(4) その他

- ・受託者は本業務（再委託をした場合を含む）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、第三者に開示、漏えいしてはならない。また、契約終了後も同様とする。
- ・受託者は本業務（再委託をした場合を含む）を履行する上で、著作権、肖像権や個人情報を取り扱う場合は、関係法令等を遵守すること。
- ・この仕様書に定めのない事項については、両者協議の上、決定する。