

# ながおしデジタルマーケティング活用推進事業業務 仕様書

## 1. 目的

県産品のブランド化に向けて、長崎県食の総合ポータルサイト「ながおし」\*1(以下、「Web サイト」という)及び公式 Instagram\*2(以下、「SNS」という)を活用したデジタルマーケティングによって明確になったターゲットに対して、これまで取り組んできた認知拡大だけでなく、さらに購買促進につなげ、長崎ファンの拡大・定着を図ることを目的とする。

本事業では、Web サイト及び SNS を活用したターゲットへの効果的な情報発信によりデジタルマーケティングを実施するだけでなく、EC サイトの訪問者・購買者等のデータを紐づけて分析・検証することで、情報発信の精度を高め、長期的に県産品が選ばれ続けるような仕組みづくりを目指している。

### \*1 Web サイト

ながおし | 美食と絶景の街、長崎。 <https://nagaoshi-nagasaki.com/>

### \*2 SNS

【長崎県公式】ながおし | 長崎グルメ・絶景 @nagaoshi\_nagasaki

### \*3 EC サイト

【長崎県公式】ながおしセレクト 楽天市場店 <https://www.rakuten.co.jp/nagaoshi-select/>

【長崎県公式】ながおしセレクト Yahoo!ショッピング店 <https://store.shopping.yahoo.co.jp/nagaoshi-select/>

## 2. 契約期間

契約の日から令和 9 年3月 31 日まで

## 3. 業務内容

### (1) マーケティング戦略構築

#### ① 事業全体におけるマーケティング戦略の構築

- ・ 「美食と絶景の街、長崎。」のブランドコンセプトのもと、既存のトーン＆マナーに従って事業構築を行うこと。
- ・ R7 年度実績を踏まえて、Web サイト・SNS・EC サイトのマーケティングがより効果的に連動した全体事業戦略と企画について提案すること。
- ・ “ながおし”は観光をタッチポイントとした長崎県全体の食(県産品)の魅力伝えるブランドであることに留意すること。
- ・ 長崎ファンの拡大・定着における KPI として、Web サイト・EC サイトの訪問者(ユニークユーザー)合計 47 万人を目指すこと。KPI 達成において、Webサイトへの訪問者は最低 10万人を担保すること(いずれもアクセス(PV)数ではなく、訪問者(UU)数であることに留意)。
- ・ 事業設計においては委託者と十分な協議をおこない進めること。
- ・ なお、ながおしブランド全体に対する考え方とそのターゲットは別紙1のとおりとする。

#### ② Web サイト、SNS 及び EC サイト運用に関する月次協議

- ・ 事業の進捗に応じた毎月の協議回数(毎週、もしくは、隔週等)を設定すること。

- ・ 毎月 1 回(月上旬)、月例会として当月に実施した施策の進捗状況・結果等の報告及び翌月の運用方針等に関する月例レポートの提出と協議を行い、業務内容や運用状況、改善点を確認し、委託者の了承を得たうえで作業を進めること。
- ・ 月例会の開催手法はオンラインでも可とする。原則、年2～3回は来庁の上、対面にて実施すること。
- ・ 定例会は当課が委嘱しているデジタルコーディネーターも基本参加とすること。
- ・ 定例会の結果について議事録を作成し、協議終了後速やかに提出すること。

### ③ 月次レポートの提出

- ・ レポート内容には毎月の Web サイト、SNS 及び EC サイトへのアクセスやユーザーの流入・属性等、以下のような内容を想定して分析し、レポートと一緒に改善案を提出すること。
- ・ 分析内容には設定している事業全体戦略に基づくターゲットとの整合性も必ず含めること。
- ・ レポートには、Web・SNS・EC 単体分析だけでなく、全体を総括した概要も記載すること。
- ・ レポートは、パワーポイント形式で行い、各根拠データ等はエクセル形式等でレポートと同時に提出すること。

### ④ 中間レポートの提出

- ・ 月次レポートに加えて、R8 年度上半期(4 月～9 月)のマーケティング分析結果と総評について中間レポートを 10 月 15 日(木)までに提出すること。
- ・ 月次レポートと同様に、事業全体戦略に基づくターゲットとの整合性も必ず含め、Web・SNS・EC 単体分析だけではなく、全体のマーケティングが連動した企画となっているか評価を行うこと。
- ・ 下半期(10 月～3 月)に向けた改善点や取組方針についても盛り込むこと。
- ・ 中間レポート提出後は、委託者と調整のうえ、必要に応じて中間報告会を実施すること。

### ⑤ 最終報告・総評

- ・ 「④中間レポートの提出」と同様の条件で、R8 年度下半期(10 月～3 月)の総評を提出すること。
- ・ 併せて、年間を通したマーケティング分析結果と①の全体戦略(ターゲティング含む)に対する総評を提出すること。総評の際には、全体総括の他、Web・SNS・EC 単独での年間分析結果についても盛り込むこと。
- ・ 総評の最後には次年度以降における改善点や効果的な施策について具体的に提案すること。

### 【Web サイト運用分析想定内容】

PV 数、新規ユーザー情報、UU 数、セッション数、滞在時間、サイト回遊状況、リピー率、流入経路、デバイス割合、コンテンツ種別ごとの傾向、時間帯、ユーザー属性(性別、年代、所在地、興味関心など)、ヒートマップ分析など

### 【SNS 運用分析想定内容】

フォロワー増減、投稿エンゲージメント(いいね、保存数、シェア数、リーチ数など)、地域別アクセス状況、ユーザー属性(年齢、性別等)、時間帯・曜日別のエンゲージ、キーワード別・検索

クエリ別アクセス状況など

#### 【EC 運用分析想定内容】

売上高、利益率、購買転換率、リピート率、セッション数、サイト回遊状況、アクセス数、流入経路、UU 数、訪問客属性(性別、年代、所在地、興味関心、購買履歴など)、購買客属性(性別、年代、所在地、興味関心、購買履歴など)、顧客満足度(レビュー状況など)、商品・カテゴリ別売上分析、商品ページ別分析、ターゲット戦略分析、販促キャンペーン分析、競合分析など

#### (2) EC マーケティングの実施

- EC サイト運営の自走化に向けて、委託者と EC 運営事業者と連携しながらマーケティング戦略に基づいた EC マーケティングとコンサルティングを実施すること。
- 委託者・受託者・EC 運営事業者の役割分担については別紙 2 を参照すること。
- 「(1)マーケティング戦略構築」に基づきターゲットの購買が促進していくような戦略を実行すること。
- EC 売上額における KPI を R8年度27百万円とし、訪問者(UU)数と合わせて本 KPI が達成できるような売上計画を提案すること。なお、広告販促費は必要最低限となるように留意すること。本事業における広告と販促の定義については、下記参考を参照すること。
- EC サイトの取扱商品基本方針については別紙3を参照すること。

(参考)

- 広告:主に集客やターゲティングを目的としたプロモーション施策。  
マーケティング戦略における認知拡大、興味関心を担う。
- 販促:ストアに訪問したターゲットの購買に直接寄与する施策(クーポン、ポイントなど)。

#### ① プロモーションの実施

- ・ 広告販促の戦略企画は受託者が主体となって提案を行うこと。
- ・ 広告は受託者が運用を行い、販促は実務の都合上 EC 運営事業者が運用を行うため、企画提案においては販促費を200万円(税込)と想定して売上計画を策定すること。EC 運営事業者による具体的な販促計画は受託者決定後に提示を行い、企画調整を行う。
- ・ 集客は EC モールの顧客をメインとし、外部誘導は Web サイトや SNS と連携を想定している。集客に当たっては、「(1)①事業全体におけるマーケティング戦略の構築」(特にターゲット属性)も加味して提案を行うこと。
- ・ プロモーションの実施においては、企画する媒体に応じた KPI を設定し提案を行うこと。
- ・ 広告クリエイティブについては、ターゲットに訴求できるデザインを制作し、A/B テストを行いながら効果検証を行うこと。
- ・ KPI 達成のために、無作為・無差別に広告を配信するような行為は厳に慎むこと。

#### ② マーケティング分析の実施

- ・ 各月の EC サイトの状況についてマーケティング分析を行い、「(1)③月次レポートの提出」に記載のレポートにて報告すること。
- ・ EC サイトの訪問者や購買者の属性データを踏まえ、「(1)①事業全体におけるマーケティング戦略の構築」のとおり、ターゲットが行動を起こしているが分析を行うこと。

- ・ 今後の販売商品設計や商品ページ作成に活かすために、ターゲットにどのような商品属性(商品が与える価値)が刺さっているのか、定期的に分析を行うこと。
- ・ 出品事業者の今後の販売先約や商品開発に向けてフィードバックできるような情報も収集し、出品事業者の伴走支援につなげること。

### ③ EC 運営支援

- ・ 将来的な EC サイト運営の自走化に向けて、自然流入とターゲットの購買率上昇やリピーター増加に向けた企画について提案すること。なお、本企画については、受託者決定後に EC 運営事業者と具体的な企画調整を行うこととする。

## (3) Web サイトの運営・保守管理

### ① 基本要件

- ・ インターネット経由でサービスを提供するものであること。
- ・ 必要に応じて、ドメインの取得・設定を行うこと。
- ・ 仮想マシンの死活監視等はスマート県庁推進課で行うものとする。

### ② 動作環境

- ・ 次のインターネットブラウザを使用し、インターネット環境に接続し利用できること。また、それぞれの最新バージョンで動作すること。
  - パソコン: Microsoft Edge、Edge(chromium 版)、Firefox、Safari、Google Chrome 各最新版
  - スマートフォン: iPhone および Android 端末の標準ブラウザ 各最新版
  - タブレット端末: iPad および Android タブレットの標準ブラウザ 各最新版
  - SSL/TLS による暗号通信を行うこと。

### ③ 保守管理等

- ・ Web サイトの安定的運用を図るため、定期的な保守(軽微な修正を含む)を行うこと。なお、令和 9 年4月1日以降の保守管理は別途契約による。
- ・ SSL 証明書の更新作業(年 1 回)を来庁にて行うこと。
- ・ 受託者において行う保守は、仮想マシン OS、ミドルウェア及び業務アプリケーションの保守とし、ハードウェア及び仮想化ソフト(VMware)の保守は、スマート県庁推進課(仮想化統合基盤運用管理業者)が行うため、本業務の対象外とする。
- ・ システム障害の早期発見・予防に努め、障害が発生した場合や、脆弱性が発見された場合等トラブルが発生した際には、速やかに対応すること。
- ・ 情報処理推進機構(IPA)等が示す Web サーバにおけるセキュリティ対策を網羅的に実装すること。

(参考)<https://www.ipa.go.jp/security/vuln/Websecurity.html>

- ・ ソフトウェアやコンテンツなどに脆弱性が発見された場合は、直ちにセキュリティ対策を行うこと。なお、実施の際には、類似環境による適用テストを行ったうえで本番環境へ適用すること。
- ・ Web サイトの安定的運用のために、サービスの停止が必要な場合は、サービス停止の 10 日前までに委託者と協議を行い、承諾を得ること。
- ・ 計画的なサービス停止以外の要因によりサービスが停止した場合には、受託者は速やか

に復旧又は代替手段を用意し、サービスの安定的な運用に努めること。

④ **SEO 分析**

- ・ Google などの検索エンジンにて上位表示されるための SEO 分析・対策を行うこと。
- ・ SEO 最適化に向けて、3か月ごとに分析を行いサイト改善について提案し、実施すること。

⑤ **タグマネージャー、計測ツールの管理等**

- ・ 既に Web サイトに設定をしている Google タグマネージャーと Google Analytics4、Microsoft Clarity の管理・計測を行うこと。
- ・ 計測ツール等に関しては、他に有用なソリューションがあれば委託者と協議の上、追加設定して問題ない。

⑥ **リンクの設定**

- ・ 委託者が指定するリンクへ接続できるよう、委託者と協議し設置すること。

(4) **SNS の運用**

① **SNS の投稿設計、コンテンツ企画、運用**

- ・ “ながおし”の世界観を活かしつつ、効果的にターゲットに届くようなデザイン設計及び投稿計画を行うこと。
- ・ 投稿回数は週2回とすること。なお、ここにおける投稿はカルーセル投稿とリール動画を指し、ストーリー運用は別とする。
- ・ 投稿設計にあたっては、単なる流行りのグルメ紹介にならず長崎県の食の魅力(長崎県産食材の使用、長崎らしいグルメ、地元で長年愛されている店等)が伝わる内容とすること。
- ・ 投稿は県内7地域をバランスよく取り上げ、特定地域に偏らないように留意すること。
- ・ 「美食と絶景」をテーマにした通常の投稿に加えて、県産品の購買に繋げるためにECサイトへシームレスに誘導できるような投稿も毎月実施すること。
- ・ 県外在住のターゲットが県産品を体験できる場として定期的に「食べてみんな！長崎県産品応援店」も取り扱うこと。
- ・ なお、通常の投稿企画については、過去の投稿のリメイクやまとめ投稿など、ターゲットに適する形での工夫は行って構わない。
- ・ 素材は原則、受託者の取材等により収集すること。
- ・ ターゲットに対して効果的なストーリー作成、ハイライトの設置・運用を行うこと。
- ・ コメント対応などユーザーからのエンゲージメントを効果的に獲得できるような運用を実施し、ターゲットへのリーチとフォロワーの増加を目指すこと。
- ・ その他、委託者からの依頼に応じた投稿・ストーリー作成を適宜実施すること。
- ・ 運用管理においては、自治体アカウントとして十分なリスク管理と炎上対策を実施すること。
- ・ 運用する SNS は、ターゲットに応じて、委託者と協議の上で別の媒体の SNS を開設しても問題ない。
- ・ R8年度は農産加工流通課事業で Web サイト内「美食の想いを知る」コンテンツと連携した Instagram 投稿を本事業とは別に12本実施することを想定している(ただし、R8年度当初予算の成立が前提)。そのため、事業積算においては、当該12本分を積算から除い

て計上を行うこと。なお、受託者決定後に連携に向けて農産加工流通課と協議の場を設けることとする。

## ② SNS マーケティングの実施

- ・ 投稿企画・発信においては、ユーザーの反応をみながら「(1)③月次レポートの提出」に基づいた分析・改善を実施すること。
- ・ エンゲージメントの向上により、フォロワーが増加し続けるような運用とすること。
- ・ どのようなツールを用いて分析・改善を実施していくか提案すること。
- ・ 投稿クリエイティブは、既存のトーン＆マナーを活かしつつトレンドやアルゴリズムに合わせた改善や効果検証を実施していくこと。

## (5) 食べてみんな！長崎県産品応援店キャンペーンの実施

- 本キャンペーンは、「食べてみんな！長崎県産品応援店」制度を多くの人に知ってもらい、各店舗周辺居住者・訪問者に長崎県産品や長崎グルメの魅力を効果的に体験してもらうことを目的としている。

### ① 企画・運営

- ・ Web サイトや SNS をみた首都圏・関西圏を中心としたターゲットが、実際に長崎の食を体験できるような「食べてみんな！長崎県産品応援店」(以下、「応援店」という)や「食べてみんな！長崎県産品応援店『極』」(以下、「応援店『極』」という)を活用したキャンペーンを企画し提案すること。各応援店等の情報は Web サイト内の「ながさき応援店」を参照すること。
- ・ キャンペーンにおいては SNS を効果的に利用し、SNS を中心としたデジタル上で“ながおし”全体が盛り上がるような仕組みを構築すること。
- ・ 応援店『極』においては、他の応援店と比べより多くの県産食材を取り扱うなど高い条件を満たしていることを踏まえ、来店におけるインセンティブがより高くなるような企画を提案すること。
- ・ 参加する応援店・応援店『極』は 70 店舗程度(首都圏 40 店舗、関西圏 30 店舗、その他 2 店舗)を想定する。参加店舗は委託者にて募集実施し、提示する。

認定店舗数(186 店舗)※公告時点  
首都圏:96 店舗(うち、極:13 店舗)  
関西圏:71 店舗(うち、極:2 店舗)  
その他:7 店舗(うち、極:2 店舗)  
海外:12 店舗



参加店舗数(約 70 店舗)  
首都圏:40 店舗(うち、極:13 店舗)  
関西圏:30 店舗(うち、極:2 店舗)  
その他:2 店舗(うち、極:2 店舗)

※上記店舗数の内訳は募集後に調整する可能性あり

- ・ キャンペーン企画においては、できるだけ多くの人に参加できるような構成とし、目標とする参加人数も提案に盛り込むこと。
- ・ キャンペーン期間は、企画趣旨にのっとった最適な期間と回数を設定し提案すること。

### ② キャンペーン周知

- ・ 参加店舗の来店客にも訴求できるようなツール(ポスター・POP 等)についても企画提案を行うこと。また、実施においては作成・手配まで対応すること。
- ・ キャンペーン周知においては meta 広告等も活用しつつ、Web サイト内に特設ページを

作成したり、既存投稿とは別に SNS でキャンペーンに関連した応援店等の投稿を実施したりするなど、広告によらない周知方法について企画してもかまわない。

- ・ キャンペーン周知においては、媒体別に KPI を設定し提案を行うこと。

## (6) Web/SNS デジタルマーケティング実施業務

### ① デジタル広告等の作成

- ・ Web サイトへの効果的に誘導が図れるよう、ターゲットに対しプロモーションを図ること。
- ・ デジタル広告の媒体は問わないが、ターゲットにブランドコンセプト『美食と絶景の街、長崎。』が適切に伝わる内容とすること。

### ② デジタル広告等の配信

- ・ 広告媒体に支払う配信期間中の配信設定費用は、受託者が支払うこと。
- ・ 広告の配信は、広告効果(Web サイト訪問者数の増加)が最大となることを目指し、本業務の事業効果の最大化を図るため最適と考えられる媒体(複数媒体の組み合わせも可)を選定の上、提案し、委託者の了解を受けたくうえで実施すること。
- ・ 広告配信期間を通じて広告内容、利用媒体、配信対象、配信方法、WEB サイトへの誘導状況等を分析しながら、委託者と協議しながらターゲティングの変更、絞り込み等継続的に改善を図ること。
- ・ 広告配信やデジタルマーケティング実施に関する企画・仮説・検証は、過去の蓄積したデータも踏まえて提案を行うこと。
- ・ リスティング広告においては、適宜検索クエリを分析し、調整を行うこと。
- ・ ターゲティングを行わず、インプレッション数やクリック数の達成のために、無作為・無差別に広告を配信するような行為は厳に慎むこと。
- ・ 契約締結後、受託者は速やかに広告配信に関する計画書を提出し、委託者と協議すること。
- ・ デジタル広告等による各種 KPI を達成した場合も、予算総額の限り、事業効果の最大化を目指して事業を継続すること。

## (7) サーバ関係業務

### ① サーバについて

- ・ 本業務によるサーバは、県(スマート県庁推進課)が管理する仮想化統合基盤上に構築している。(本業務には、サーバ等機器の調達及び使用料は含まない。)
- ・ 仮想化統合基盤とは、VMware の技術を用いて、県庁ネットワーク内にプライベートクラウドとして構築したものである。
- ・ 本業務により構築するサーバは、庁内 DMZ 領域に配置している。
- ・ OS は、以下のとおり。

RedHat Enterprise Linux 8.5

## ② 業務の連携

- 本業務の実施にあたっては、表に示す関係者と相互に協力して適切に行うこと。

| 関係者           | 概 要                           |
|---------------|-------------------------------|
| スマート県庁推進課     | 庁内ネットワーク及び仮想化統合基盤の統轄管理        |
| 仮想化統合基盤運用管理業者 | スマート県庁推進課との契約に基づく仮想化統合基盤の運用管理 |

## ③ 仮想マシンの使用

- 仮想マシンについては、OS のインストール、IP アドレス及びコンピュータ名の設定など当初構築時に必要な設定を実施している。本業務委託により追加で必要な業務システムの要件に応じた細部の設定は全て受託者で実施すること。
- 仮想マシンに必要なリソース(CPU、メモリ、HDD 容量)は、受託者が整理し、スマート県庁推進課に提示すること。
- 仮想化統合基盤上に仮想マシンを利用する際の手順等は、契約後に開示する。
- 改修作業に必要なパソコン等機器及び作業用アカウントはスマート県庁推進課が用意する。
- 長崎県庁舎内の指定した場所で作業を実施すること。
- 仮想化統合基盤へのデータ持込み、仮想化統合基盤からのデータ持出しについては、長崎県のセキュリティポリシー及び仮想化統合基盤の運用手順に従うこと。

## 4. 業務の進め方、執行管理

### (1) 業務計画書の作成・提出

- 受託事業者は、契約締結後に本業務のスケジュール等を記した「業務計画書」を提出すること。
- 業務計画書は、次年度以降の計画を含む全体計画を作成するものとし、このうち、令和 9 年3月 31 日(月)までに完了する当年度業務内容が明確に分かるよう記載すること。

### (2) 業務の執行管理

- マーケティングの執行状況や企画進行について、時機を逸することのないよう管理を行うこと。

## 5. 成果品

|   | 成果品         | 形式        | 部数 | 提出期限               |
|---|-------------|-----------|----|--------------------|
| 1 | 業務計画書       | 電子媒体      | 1部 | 契約締結後 7 日以内        |
| 2 | 月次報告        | 電子媒体      | 1部 | 翌月 10 日まで          |
| 3 | R8 年度上半期報告書 | 紙媒体及び電子媒体 | 1部 | 令和 8 年 10 月 15 日まで |
| 4 | R8 年度下半期報告書 | 紙媒体及び電子媒体 | 1部 | 令和 9 年 3 月 31 日    |
| 5 | 業務完了報告書     | 紙媒体及び電子媒体 | 1部 | 令和 9 年 3 月 31 日    |

<提出先>

〒850-8570 長崎市尾上町3-1

長崎県文化観光国際部 物産ブランド推進課 百岳(ヒャクタク)



## 6. 予算額

32,830,600 円(消費税及び地方消費税を含む。)を上限とする。  
見積書において、経費の内訳を示すこと。

## 7. その他留意事項

- (1) 受託事業者は、委託者の指示に従って本業務を実施するものとする。
- (2) 受託事業者が本業務において制作したデータやデザイン、写真、イラスト、文章等一切の著作権(著作権法第 21 条から第 28 条に定めるすべての権利を含む。)は県に帰属するものとし、これに依らない素材データ等の使用が必要な場合は、県と協議の上使用するものとする。
- (3) Web サイト・SNS・EC サイトの構築・運用、ライセンス等の使用、保守管理に際して必要な一切の経費は、委託料に含むものとする。但し、ライセンス使用料や保守管理費等のランニングコストについては、令和 9 年3月 31 日までに発生する経費を対象とする。
- (4) 想定している環境の構築及びサービスの移行等に際し、現行環境において設定変更作業等が必要となる場合は、当該作業を現行サーバの保守管理事業者が実施するための費用も委託料に含むものとする。
- (5) 成果物に重大な誤りがあった場合は、受託者の責において必要な処置を講じ、適正な運用が可能な状態にすること。
- (6) 受託者は、業務の全部または一部を再委託してはならない。ただし、書面により県の承諾を得た場合はこの限りではない。
- (7) 受託者は、本業務の関係書類等を整備保管し、県が必要に応じて行う書類の提出や実地検査等に協力すること。
- (8) 受託者は、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。
- (9) 受託者は、本業務を行うため個人情報を取り扱う場合は、契約書別記「個人情報取扱特記事項」を遵守しなければならない。
- (10) 本業務について、この仕様書に記載されていない事項その他疑義が生じた場合は、委託者と協議のうえ決定する。