

# 設 計 書

- 1 委託件名 第8回横浜トリエンナーレ デジタルプロモーション業務委託
- 2 履行期間  期間 契約締結の日から令和6年6月28日  
又は期限  期限 令和 年 月 日まで
- 3 履行場所 委託者が指定する場所、業務が履行できる任意の場所（受託者の事務所等）、各配信媒体
- 4 契約区分  確定契約  概算契約
- 5 その他特約事項 \_\_\_\_\_
- 6 現場説明  不要  
 要（ 月 日 時 場所 ）
- 7 委託概要 第8回横浜トリエンナーレのチケット販売を促進するため、  
SNS等を活用した各種広告配信を行う。
- 8 部分払い  する（2回）  しない

部分払の基準

業務内容	履行予定月	数量	単位	単価	金額
広告用静止画・動画（スライドショー）の編集、開幕時広告配信	令和6年3月	1	式		
会期中広告配信、実施報告	令和6年6月	1	式		

※単価及び金額は消費税及び地方消費税相当額を含まない金額

※概算数量の場合は、数量及び金額を（ ）で囲む。

委託代金額

内訳 業務 価格

消費税及び地方消費税額

横浜トリエンナーレ組織委員会

# 委 託 内 訳 書

名 称	数 量	単 位	単 価	金 額	摘 要
1 広告用静止画・動画（スライドショー）の編集					
広告用静止画の編集 ※委託者から提供する写真素材を使用	4	枚			(A)
広告用動画（スライドショー）の編集 ※委託者から提供する写真素材を使用	2	本			
2 広告配信					
X（旧Twitter）広告	1	式			(B)
Instagramストーリーズ広告	1	式			
Instagramフィード広告	1	式			
Facebook広告	1	式			
TikTok広告	1	式			
Google検索広告	1	式			
リマーケティング広告	1	式			
3 実施報告					
レポート作成	1	式			(C)
4 諸経費					
X（旧Twitter）プレミアム月額費用 ほか	1	式			(D)
合 計					(E) = (A) + (B) + (C) + (D)
消費税及び地方消費税相当額					(F) = (E) * 10%
委託代金額					(E) + (F)

横浜トリエンナーレ組織委員会

## 第8回横浜トリエンナーレ デジタルプロモーション業務委託仕様書

### 1 委託件名

第8回横浜トリエンナーレ デジタルプロモーション業務委託

### 2 目的

本業務は、第8回横浜トリエンナーレ（以下、「第8回展」という）のチケット販売（11万枚）への貢献を目標に実施するものである。目的は大きく次の3つとし、SNSを活用した各種広告配信を行う。

- (A) 【セールス】横浜トリエンナーレ認知層のオンラインチケット購入サイト（ア：第8回展特設WEBサイトチケットページ、イ：イーティックス・チケットページ）への流入を獲得すること。
- (B) 【サポート】来場検討層の来場を後押しするプラスアルファの情報を提供し、第8回展特設WEBサイトへの流入を獲得すること。
- (C) 【リード】アクティブに情報の獲得および発信を行う層に対し、見どころとなる具体的なビジュアルを提供し、共感を得ることで話題作り及び拡散を図ること。

### 3 ターゲットの考え方

過去実績より新規顧客層の獲得がチケット販売目標の達成の鍵となるため、ターゲットは、横浜トリエンナーレにまだ来場したことがない「アート関心層」とする。

なお、ターゲット設定については、広告展開前に委託者と協議を行うこと。

### 4 業務内容

#### (1) 広告用静止画・動画（スライドショー）の編集

委託者から提供する写真素材を使用し、静止画4枚、動画（スライドショー）2本程度の編集を行う。編集の方向性及びスケジュールについては双方協議の上決定する。

【参考】編集する動画の規格

設定項目	X 広告用（横型）	Instagram 広告用（縦型）
動画尺	15 秒	15 秒
解像度	1920×1080 ピクセル	1080×1920 ピクセル
拡張子	.mp4	.mp4
アスペクト比	16:9	9:16※ピクセルアスペクト比は 1:1
映像エンコードビットレート	-	CRB(固定ビットレート) 8 Mbps を最大値とする。
プロファイルレベル	Baseline@4.0 に準ずる	Baseline@4.0
フレームレート	29.97	29.97
音声サンプリングレート	48KHz	48KHz
オーディオビットレート	96kbps	96kbps

(2) 広告配信

上記 (A) (B) (C) の目的のもと、次の広告を配信する。

① 使用する媒体と目標値

	広告媒体	配信詳細、形式（想定）	ターゲット	(A) 目標 クリック数	(B) 目標 クリック数	(C) 目標 インプレッ ション数
ア	X (旧 Twitter)	形式：プロモ広告 仕様：動画及び静止画	アート関心層	5,000	5,000	400,000
イ	Instagram	形式：ストーリーズ広告 仕様：動画及び縦長静止画	アート関心層	5,000	5,000	400,000
		形式：フィード広告 仕様：正方形動画	アート関心層	5,000	5,000	400,000
ウ	Facebook	形式：フィード広告 仕様：正方形動画	アート関心層	5,000	5,000	400,000
エ	TikTok	形式：インフォード広告 仕様：縦長動画	アート関心層	5,000	5,000	400,000
オ	Google 検索広告	形式：テキスト広告（特定のキーワードを検索したユーザーに配信）キーワードは協議の上選定。	横浜トリエンナーレ認知層	10,000	—	—
カ	リマーケティング広告	形式：横浜トリエンナーレ WEB サイトへ訪問したユーザーを追跡して画像やテキスト広告を配信	横浜トリエンナーレ認知層	8,000	—	—
目標値合計				43,000	25,000	2,000,000

② デジタル広告による WEB サイトへの誘導にあたっては、サイト引き込み後の継続視聴や複数ページの遷移などの望ましい行動につながる層にアプローチできる、最適な配信方法（ターゲティングの設定含む）を委託者と協議の上決定する。

③ ターゲットのペルソナ等詳細は契約後、委託者から提示する。

【参考】アート関心層イメージ

目的	ターゲット
(A) セールス	横浜トリエンナーレ認知層（コア） ・全国 18歳～70歳 ・首都圏+静岡県
(B) サポート	来場検討層：お出かけ好き、イベントなど文化的な催しに参加 ・ライトカルチャー層 首都圏 18～49歳 ・横浜市民 横浜市在住 18～70歳 ・横浜市民ファミリー 横浜在住母親 25～40歳
(C) リード	共感・拡散層：話題に敏感、綺麗、面白画像に関心 ・ライトカルチャー層 横浜に気軽に来場できる距離（首都圏）をメインとしつつ、国内を広くカバーすること。また横トリ経験者も意識すること。18～49歳 ・横浜市民 横浜市在住 18～70歳 ・横浜市民ファミリー 横浜在住母親 25～40歳

なお、SNS 広告においては、2017 年の来場者分析の結果から次の傾向が見られた。

- ・来場者の約半数が「初めての来場者」であり、新規顧客の獲得が目標達成の鍵となる。
- ・来場者の 7 割が女性。
- ・初来場者のボリュームゾーンは 20～29 歳、女性（F1 層）。ひとりもしくは女性グループで来場。
- ・上記の層は、もともと美術やカルチャーにある程度興味を持っており、デジタルツールを駆使して行動を決定している。興味を持った展覧会には、多少遠くても出かけていく行動力を有している。

これらの傾向を踏まえて F1 層を念頭に置きつつ、(A) ～ (C) の目的に応じたターゲットを設定する。また、(C) を目的とする共感・拡散層には、横浜トリエンナーレ来場経験層がトリガーとなると想定できる。

④ 広告配信用のアカウント

広告配信に必要なアカウントは委託者が用意する。ただし、TikTok での広告配信用アカウントについては受託者が用意し広告配信すること。X 広告用のプレミアム月額費については 4 月～6 月の 3 か月分の費用を受託者が負担すること。また、当委託業務が終了したのち、直ちにアカウント連携を解除すること。

⑤ 誘導先

第 8 回横浜トリエンナーレ 特設 WEB サイト

<https://www.yokohamatriennale.jp>                   ほか

- ⑥ 業務実施によって収集したデータを週 1 回程度分析し、履行期限内により効果的・効率的な広告配信となるよう、委託者と協議の上、設定変更や運用見直しなどを行う。

(3) 実施報告

配信した実績を報告すること。表示回数、クリック数、クリック率、単価等の数字結果と配信属性結果とともに、ターゲットの性年代や居住エリア、クリエイティブの違い、流入者の質（流入後のセッション継続時間やそこからの遷移などの率）などにも着目し、効果が高かった配信方法など今後に向けての示唆をまとめたレポートを作成し、提出すること。

5 想定スケジュール

契約締結日～令和 6 年 3 月 14 日    配信方法に関する協議、素材編集

3 月 15 日～6 月 9 日   各媒体での配信（素材の編集終了後、配信を開始）

～6 月 28 日   実施報告

6 履行期間

契約締結日から令和 6 年 6 月 28 日まで

7 履行場所

委託者が指定する場所、業務が履行できる任意の場所（受託者の事務所等）、各配信媒体

8 支払い方法

契約金の支払いは、年度ごとの部分払い（2 回）とする。

9 特記事項

- (1) 受託者は、業務の実施にあたっては委託者の指示に従い、本仕様書に明記されていない、または不明確な事項については、委託者と協議の上定めるものとする。

また、受託者は、承諾された事項を変更しようとするときは、その都度、委託者の承諾を受けること。

- (2) 受託者は、進行状況等について、委託者が報告や資料の提出を求めた場合、特段の理由なくこれを拒んではならない。また、委託者が認めた情報以外の情報を第三者へ提供及び公表をしてはならない。
- (3) 本業務の全部を第三者に委任し、又は請け負わせることは認めない。また、委託業務の一部を第三者に委任し、又は請け負わせようとするときは、あらかじめ横浜トリエンナーレ組織委員会（以下、「組織委員会」という）の承諾を得なければならない。
- (4) 本業務の実施のために創作した著作物に係る使用権及び著作権（著作権法（昭和 45 年法律第 48 号）第 21 条から第 28 条までに規定する権利をいう）は、写真・イラスト等を含め、全て組織委員会に帰属し、受託者はその成果を自ら利用し、又は第三者に帰属してはならない。また、組織委員会が二次利用を含めて、これを自由に使用できるものとする。これにより受託者に生じた、いかなる損害についても組織委員会は責任を負わないものとする。