

令和8年度おおいた和牛需要喚起デジタルスタンプラリー事業 委託業務仕様書

1 目的

・「おおいた和牛」は、平成30年に誕生した県産和牛のリーディングブランドである。誕生から7年が経過し、「おおいた和牛」の認知度は高まっているものの、昨今の物価高騰等による消費者の生活防衛意識の高まりから高級な和牛肉の需要は、軟調で推移している。

・そこで、本事業の主目的は飲食店およびECサイト利用にかかる消費をデジタルスタンプラリーにて喚起し、おおいた和牛の需要を高めることとする。

・「おおいた和牛」の過去の流通促進にかかるPR事業においては、認知度の一定の向上が得られた。一方で、消費拡大においては特定の年齢層にて拡大の余地が確認された。

(おおいた和牛認定店利用者に対して、牛肉プレゼントキャンペーンを実施したところ、申し込みの46%が50代以上女性であった。)

・これまでに実施してきた消費動向調査では「年に1回和牛を消費する」人のうち、20～30代男性と60代以上女性については、4割以上の人が「月に1回以上」和牛肉を外食(持ち帰り、デリバリー含む)利用すると回答している。

・これらのことから、50代以上女性を主ターゲットに飲食店や宿泊施設などのおおいた和牛認定店と連携したデジタルスタンプラリー事業を実施し、ターゲットの外食利用頻度が高まるようなキャンペーン告知をおこなう。この事業効果として、県内外におけるおおいた和牛の需要喚起を図ることを目指す。

2 委託期間

契約締結の日から令和9年3月19日まで

3 事業概要

(1) 概要：おおいた和牛を取扱う飲食店や宿泊施設での喫食やECサイトやふるさと納税サイト等でのおおいた和牛の購入によりスタンプを取得し、スタンプ取得数に応じて景品がもらえる抽選に応募できるプレゼントキャンペーンを実施する。

(2) 開催期間：令和8年度中に1回(おおむね5ヵ月間)開催

※令和8年8月下旬～1月上旬の5ヵ月を予定

抽選回数は、2回に分けることを想定

(3) 参加店舗：おおいた和牛HP(https://oita-wagyu.jp/shop/#eat_area)に記載されている店舗等およびおおいた和牛を扱うECサイトやふるさと納税サイト等。100店程度(県内に限る)とし、選定は県が指定する。なお、ここには記載されていないが、るるパークなどの集客施設を追加することも予定している。(飲食宿泊店は80店程度で想定)

4 委託業務の内容

(1) スタンプラリープラットフォームおよび構築

- ア 参加店舗での喫食もしくはふるさと納税などECサイトでの「おおいと和牛」購入によりデジタルスタンプラリーとして機能するようなシステムを構築すること。参加店舗の取組負担が少ないスキームを構築すること。
- イ プラットフォーム形式は、LINE等の既存プラットフォームの利用を基本とするが、独自のプラットフォーム（アプリ、WEBサイト等）も可とする。
- ウ 独自のプラットフォームを利用する場合は、下記①～⑩の要件を満たすこととし、新たに制作する場合は、その製作費も委託費に含めることとする。
- ① 参加者への通知機能があること。
 - ② 参加者へのアンケート機能があること。
 - ③ 事業終了後も、県もしくは大分県豊後牛流通促進対策協議会（以下、「協議会」という。）の利用・管理が可能であること。
 - ④ 参加者の属性情報の収集に対応していること。
 - ⑤ デジタルスタンプの管理が可能なものであること。
 - ⑥ 個人情報保護方針を定め、個人情報は暗号化・最小限の保持に努めること。
 - ⑦ 個人情報の取扱いは、大分県個人情報保護条例に準拠すること。
 - ⑧ 高齢者にも対応した画面設計とすること。
 - ⑨ iOS・Android両OS及び主要なブラウザ（Windows、macOS等）に対応していること。
 - ⑩ スタンプの付与が、容易に行われる機能を搭載していること
- エ システムには、参加者へのアンケート機能を構築すること。アンケートは、参加者が賞品応募の際に行うこととし、その内容は、県と協議の上、決定すること。
- オ 参加者からの問い合わせに対応できるフォーム等を構築し、対応すること。なお、委託契約期間中における参加者等からの問い合わせについては、県と協力して対応すること。
- カ 事業実施期間中、本システムの管理・運営を行うこと。
- キ 事業実施期間中、プラットフォームの利用に際しアカウント使用料が発生する場合は、その利用料の支払を行うこと。
- ク 参加店舗毎に異なる二次元バーコードを発行・配布すること。参加店舗への事前説明は、参加店舗が周知するのに必要な回数をWEBMTGや電話などで実施するものとする。
- ケ 参加店舗は委託期間中に追加・削除できること。なお、追加は最大2回を想定する。
- コ 参加店舗別の訪問回数や訪問者の属性（性別、年齢、居住エリア等）が取得でき、委託期間中にいつでも確認できる。
- サ 獲得できるスタンプの数は1店舗につき1個とするが、県が指定する店舗については変更も可能とすること。なお、変更は最大2回を想定する。各店舗におけるスタンプを付与する条件については、県や店舗側と調整し、全体のバランスを考えたものを設定すること。
- シ 参加者に対し、県の依頼により情報発信を行うこと。発信する内容は、大分県農林水産

物に関するイベント情報や製品の紹介等を想定しており、その内容は、県から提供する。

- ス 契約締結日からキャンペーン開始後1か月までに、1回はすべての参加店舗に対して参加者が多くのキャンペーン応募および喫食・購入を促すことができる手法を提案すること。また、1回目の抽選後に、応募が多かった参加店舗の手法を参考にし、再度参加店舗に対してキャンペーン応募および喫食・購入を促すことができる手法を提案すること。

(2) 賞品の選定と抽選業務の実施

- ア 所定のスタンプを獲得した参加者は、獲得したスタンプ数に応じて、プレゼントキャンペーンに応募することができるものとする。
- イ 応募は、上記(1)で構築したシステム内から各参加者が行えるようにすること。
- ウ スタンプ獲得数や賞品について提案することとし、賞品は、おおいた和牛もしくは大分県産農林水産物に関するものを含めること。(金券および家電製品等は認めない。)(委託者はスタンプ獲得数1個から応募できるのが良いと想定しているが、より効果的な案があれば提案すること。)
- エ おおいた和牛の商品については、契約締結後に県と協議して商品内容について変更できるものとする。
- オ おおいた和牛交換券など委託期間終了までに当選者に商品が届けられるスキームを用意しておくこと。
- カ 上記(1)で構築したシステムを使用し、応募者を対象とした抽選を行うこと。なお、条件については、事前に県と協議すること。
- キ 賞品の調達及び抽選後の当選者への連絡並びに賞品の発送を行うこと。
- ク 賞品の選定に当たっては、本事業への参加意欲を高めるものとし、各種法令を遵守したものであること。
- ケ 賞品に係る経費は、事業費に含めること。

(3) 事業周知のためのウェブサイト制作及び運用保守

おおいた和牛HP内にスタンプラリー事業を周知するためのランディングページ(以下「LP」という。)を制作し、契約期間内の運用保守をすること。なお、基本的なページ構成は次のとおりとし、CMS機能の設置を必須とするものではない。

- ① トップページ
 - ② デジタルスタンプラリー参加・応募方法
 - ③ 参加店舗情報の一覧や地図(参加者が検索しやすい構成を提案すること)
 - ④ プレゼントキャンペーンへの応募方法の周知
 - ⑤ 商品一覧
- ア 委託期間中、LPの更新を行うこと。参加店舗情報の追加削除が行えること。追加は最大2回とする。
 - イ ウェブサイトアクセス数の集計や閲覧状況の確認が行えるようにすること。

ウ ①～⑤までの情報とは別に一般的に必要なと思われるコンテンツは、委託者と協議の上、制作すること。

エ LPの構築・更新に当たっては、県と協議の上、実施すること。

5 プロモーション方法

以下により、デジタルマーケティングの手法の考え方を準用したプロモーションを実施する。

(1) 本業務のターゲット等の設定、見直しの提案

(ターゲットの考え方 (大分県初期仮説))

- ・本業務におけるターゲットの考え方は下記表に示すとおりとする。

【メインターゲット】

地域	大分県内
性別	女性
年代	50代以上
対象数	県内対象人口21万人(50代～70代女性)の9割程度
興味関心	年に1度は和牛を食する、精肉専門店で牛肉を購入する

(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、ターゲットに起こしてもらいたい行動変容は下記表に示すとおりとする。

行動変容	<ul style="list-style-type: none">・大分の飲食店や精肉店で牛肉を購入する際に、キャンペーンに気づいてもらいたい。・日頃の喫食行動がプレゼントキャンペーンにつながると魅力に思い、登録してもらいたい。・キャンペーン応募のために日頃より短い頻度で飲食店およびECサイトを利用してもらいたい。
------	---

【サブターゲット】

地域	大分県外
性別	女性
年代	50代以上
興味関心	年に1度は和牛を食する、県内観光地へ旅行にきておいしいものを買って帰りたい・食べて帰りたい

(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、ターゲットに起こしてもらいたい行動変容は下記表に示すとおりとする。

行動変容	<ul style="list-style-type: none">・大分への旅行計画時や宿泊先にて、キャンペーンに気づいてもらいたい。キャンペーンをきっかけに、飲食店の利用を検討してもらいたい。・さらに、キャンペーン応募のためにECサイト等でおおいた和牛を購入してもらいたい
------	---

(ターゲット見直しの提案)

- ・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、その根拠とともに県に対して助言及び提案を行い、ターゲットの見直しについて協議するものとする。

(2) 目標の設定

- ・本業務の目標項目、目標値は以下のとおりであるが、本業務の目的を達成するうえで、より最適な目標項目等があれば提案すること。

(目標項目等)

目標項目	【K G I】 デジタルスタンプラリーにおける総スタンプ数 【K P I】 メインターゲット目標項目 ・店頭POPおよびキャンペーンチラシからの登録ページへの流入者数 サブターゲット目標項目 ・デジタル広告からの流入数 ・LPサイトの閲覧数および離脱率 共通目標項目 おおいた和牛本からの流入数
目標値	総スタンプ数 10,000個

- ・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。
- ・K G I の目標を達成するうえで、K P I 目標値と目標達成状況の把握方法（計測手法等）を具体的に設定し、その内容を提案書に記載すること。
- ・また、広告配信だけでなく、LPの改善やアナログ広告の刷新など、事業期間中においては分析と改善を繰り返し、その内容を県に共有の上実行すること
- ・設定したK P I 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) 受託者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県に提出し、説明のうえ、承認を得ること。

【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。

- A) 広告手法（デジタル広告、アナログ広告等）
- B) 掲出プラットフォーム（Google、Facebook、新聞、情報誌等）
- C) 各広告（ディスプレイ広告、検索連動型広告、記事型広告、実店舗ポスター等）
- D) 各広告（上記 C）の経費配分バランスの方針
- E) 各広告（上記 C）の具体的な運用方法
- F) 運用スケジュール（後述（6）参照）

(ウ) 情報発信コンテンツ（広告クリエイティブ）の作成方針（後述（4）参照）

(エ) 広告効果の検証及び運用の見直し方法

(オ) 目標設定（前述（2）参照）

(カ) その他必要な事項

(4) 情報発信コンテンツ（広告クリエイティブ）の制作

- ・ターゲットに対して、起こしてもらいたい行動変容を促す広告クリエイティブを制作すること。
- ・広告の配信結果等からターゲットのニーズ等についての検証を行うことを考慮し、その検証に必要となる形で広告クリエイティブを複数制作すること。
- ・広告用バナー画像については、県が提供する画像やキーワード等の素材を活用したものとし、ディスプレイ広告に最適なものを作成すること。
- ・パソコン、スマートフォン、タブレットで閲覧されることを念頭に制作すること。
- ・チラシやポスターなどのアナログ広告については必要なものをカスタマージャーニーに盛り込むものとし、広告掲載箇所への設置依頼や発送業務をおこなうものとする。
- ・アナログ広告については製作物ごとや設置場所の属性ごとで異なるQRコードを設置することで、広告運用の効果測定が可能とすること

(5) おおいた和牛ブックの作成について

- ・(4)の広告クリエイティブの中に必ずおおいた和牛に特化した冊子を制作すること。
(企画・情報収集・編集・デザイン・先方校正等・印刷・製本)
- ・本冊子の判型はA5判またはB5判相当を想定し、編集方針およびPR効果を踏まえ最適なサイズを提案すること。
- ・ページ数は読みやすさ、編集密度、配布用途を踏まえ、128ページの範囲で最適なページ構成を提案すること。
- ・本の構成については別紙を参照とすること。
- ・掲載店舗は原則デジタルスタンプラリー参加店舗とし、その店舗の情報（店舗名、住所、連絡先等）は、県から提供するが、その他の情報（営業時間、定休日、代表的なメニューなど）といった本に記載すべき情報の確認は受託者が行うこと。
- ・納品はPDFとする。時期は1回目の抽選が終わったころとする。

- ・配布箇所や配布部数は（３）の広告運用計画に盛り込み提案すること。
- ・ターゲット層への手に届くよう適切な場所へ配布・配架すること。（配布先の一つに大分県庁を設定すること）
- ・おおいた和牛ブックの企画から制作、印刷にかかる経費は事業全体の15%以上（税込）とすること。
- ・店舗における料理写真は原則店舗負担とするが、追加費用が発生した場合、受託者側で負担することを想定すること。

（６）広告の運用管理

- ・業務（４）～（５）で制作する広告クリエイティブを用いて、広告運用計画に基づき、事業効果の最大化を図るよう、デジタルスタンプラリーへの応募を促す広告を実施すること。
- ・広告は、デジタル広告およびアナログ広告の各手法を用いて、ターゲット層の心理や行動にあわせて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。

（７）効果測定、改善

- ・本業務により配信する広告のQRコード読込数、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、検索広告、ディスプレイ広告におけるキーワード等設定ならびに配布計画の見直しについて、県に協議すること。特に、計測開始から2週間経過後、初動の結果報告や今後の対策についての説明を会議等により行うこと。
- ・広告の運用状況及びそれに基づく分析結果、運用の見直し方法及び結果、スタンプラリー事業参加者状況等について、広告の配信開始後、1月に1回以上月次報告書としてとりまとめを行い、県に報告すること。
- ・報告の際、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、理解が難しいものは再提出を指示する。

（８）広告費用について

- ・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。
- ・情報発信コンテンツ制作、広告費用（広告媒体原価＋管理運用費）、効果検証の予算配分は、3：6：1の割合（通称サーロインの法則）を目安とすること。予算配分の考え方については、提案書に記載すること。なお、情報発信コンテンツ制作にかかる費用にランディングページ制作にかかる費用は含まれるが、スタンプラリー商品やおおいた和牛ブックの作成にかかる費用は含まれないものとする。

（９）その他

- ・別紙「デジタルプロモーション実施時における留意事項」に従うこと。

6 成果物及び提出物

(1) 広告クリエイティブ

- ・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、本業務により制作した画像の著作権の取扱いは、次のとおりとする。
- ・受託者は、成果物に付与される著作権法（昭和45年法律第48号）第21条から第28条に規定する権利を、第13条第2項の規定による引渡しと同時に甲に無償で譲渡するものとする。
- ・大分県は、著作権法第20条第2項第3号又は第4号に該当しない場合においても、その使用のために、受託者の同意無しに仕様書で指定する成果物を改変し、任意に公表できるものとする。
- ・受託者は、大分県の書面による事前の同意を得なければ、著作権法第18条及び第19条の規定を行使することができない。

(2) 報告書

- ・委託業務実績報告書には、スタンプラリー事業に関する統計データ及び広告運用における分析結果の内容を含んだ報告書を提出すること。

ア 統計データとは、下記のようなものが含まれる

- ・アンケート調査結果（性別、年齢、居住地等での分析、キャンペーンを通じた喫食活動かどうかの分析）
- ・デジタルスタンプラリー事業参加者の総数や属性（性別、年齢、居住地等）
- ・参加者の属性に応じた、獲得スタンプ店舗・数等のデータ

イ 賞品応募者と当選者の連絡先や発送先等個人情報一覧

ウ 本業務の分析結果により、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ついて、改善案と示唆

エ その他、県が指示するもの

(3) 業務の実施状況や成果等が判る資料（PDFデータ納品可）

- ・実際の結果を根拠として、今後取るべき方針も報告するものとする。
- ・根拠は詳細に分かりやすく、論理的に記載するものとする。

(4) 本業務において撮影した画像や制作したデザインはおおいた和牛HPやSNS等で認定店を紹介するため、加工可能なデータ形式（aiデータ、jpegデータ、PDFデータ）で納品すること。

7 運営体制及び進捗管理

- ・業務全体の運営を統括する責任者を配置すること。また、電話、メール等にて迅速かつ確実な連絡体制を取るとともに、県から派遣要請があった場合には速やかに対応すること。
- ・事業の進捗については、月次報告を行うこと。
- ・各業務の詳細や実施状況等の確認と共有、及び実施状況や成果に応じた実施内容の変更等について定期的に県と協議すること。
- ・協議の開催場所は原則、大分県庁舎内もしくはオンライン会議とし、協議内容の整理は受託者が行うこと。

8 その他

- ①その他に、おおいた和牛の認知度向上や需要喚起に資する企画があれば提案すること。
- ②大分県豊後牛流通促進対策協議会が実施する取組において、本委託業務により制作した画像等を使用できることとする。
- ③本業務の遂行にあたり、疑義が生じた場合は、県と十分協議すること。

I 本業務に伴い開設するランディングページ等のウェブサイトに関する事項

1 Google Analytics のアカウント管理に関する業務

- (1) 本業務に伴い開設するランディングページ等のウェブサイト（以下、「本業務関連ウェブサイト」という。）には、「本業務用 Google Analytics (Google Analytics 4 プロパティとする.)」、「Google Search Console」の導入を必須とする。
- (2) 「本業務用 Google Analytics」上で、本施策における目標・イベント設定等を行うこと。また、最終レポートには、結果の分析・改善策を必ず記載すること。
- (3) Google Analytics 等、各種アカウントの作成時には、内容について大分県の承認を得ること。また、本業務において作成したアカウントについては、事業完了後に一切の権利を大分県に譲渡すること。
- (4) プライバシー保護への配慮の観点から、本業務関連ウェブサイトには、取得するユーザーデータ等に適したプライバシーポリシーを作成し、公開すること。

2 大分県 Google タグマネージャーによるタグ活用・コンテナ管理に関する業務

- (1) 本業務関連ウェブサイトには、各種計測タグ、リマーケティングなどの施策に関わるタグを導入する際は、大分県が別途指定する「大分県 Google タグマネージャー」を活用し、本業務用のコンテナ内でその管理を行うこと。
- (2) 受託者は、施策におけるタグ活用が確実に行われるよう、「大分県 Google タグマネージャー」でのタグ、トリガーアクションの設定及びタグの発火テストを実施し、その内容を大分県に報告すること。
- (3) 各種設定には、内容について大分県の承認を得ること。また、「大分県 Google タグマネージャー」での設定については、事業完了後に一切の権利を大分県に譲渡すること。

II ウェブ広告の実施に関する事項

1 適正なデジタルプロモーションの実施

- (1) 「本業務用 Google Analytics」で施策効果を取得するため、大分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及びデータの蓄積を行うこと。
- (2) 本業務に関連するウェブサイトには、同ウェブサイト内に大分県が指定するリマーケティングタグを設定し、訪問者データを蓄積すること。なお、タグの設定は、原則として「大分県 Google タグマネージャー」のコンテナ内で行うこと。
- (3) 広告運用開始後一週間以内に、本業務において取得すべきデータが取得できているこ

とを確認し、大分県へ報告すること。

2 Google 広告を利用する場合

- (1) 大分県公式の MCC (マイクライアントセンター) 及び「本業務用 Google Analytics」とリンクすること。
- (2) 大分県が今後もデジタルプロモーションを行うことを鑑み、Google 広告アカウント及び「本業務用 Google Analytics」それぞれで、効果的と考えられるオーディエンスリストを設定し、大分県公式の MCC と共有すること。
- (3) 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、大分県とその調査項目等を協議の上、必要に応じて調査を実施すること。

3 SNS 広告を利用する場合 (Facebook、Instagram、Twitter、TikTok、LINE 等)

- (1) 大分県公式 SNS のビジネスマネージャーや大分県が別途指定する SNS ページに広告アカウントをリンクすること。または、SNS 広告の運用状況の確認が出来るよう、大分県に対してアナリストの権限を付与すること。
- (2) 大分県が今後もデジタルプロモーションを行うことを鑑み、リマーケティングリストやオーディエンスリストの作成が可能である場合には、その設定を行い、大分県公式 SNS のビジネスマネージャーへの共有やアカウント引継ぎなど、事業終了後において大分県が活用可能な状態とすること。
- (3) 効果測定において、SNS プラットフォーム (Facebook、Instagram、Twitter 等) 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、大分県とその調査項目等を協議の上、必要に応じて調査を実施すること。

4 動画制作・動画広告を実施する場合 (Youtube 等)

- (1) 動画視聴に関するデータや効果的な広告手法を検討するため、Google 広告を利用する場合は、YouTube チャンネルと Google 広告アカウントをリンクさせること。
- (2) 大分県が今後もデジタルプロモーションを行うことを鑑み、動画視聴者のアクセス情報(動画視聴者リマーケティングリスト等)を蓄積すること。
- (3) YouTube を利用する場合、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うとともに、効果的な SEO 対策を行うこと。
- (4) 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、大分県とその調査項目等を協議の上、必要に応じて調査を実施すること。

5 その他

- (1) 広告運用に利用する各媒体の規約、プライバシーポリシーを遵守すること。
- (2) 事業実施により取得したデータと受託者が保有する情報を結びつけて、個人情報(個人データ)とならないように留意すること。

○おおいた和牛ブック構成案

- ・閲覧者が「人に紹介したくなる」内容、「おおいた和牛」が魅力的に見える仕上がりを念頭に構成すること。
- ・「旅館やホテルのラウンジに配置することを想定した落ち着いたテイストの仕上がりを念頭に構成すること
- ・大分県内のどこでおおいた和牛が食べられるのか、どこで買えるのか、わかるものとする

ページ構成	内容
表紙・裏表紙	<ul style="list-style-type: none"> ・おおいた和牛の魅力やイメージが伝わるようなデザイン及びタイトルを提案すること。 ・おおいた和牛の本であることが一目で分かるデザインにすること。
誌面 126 ページ程度	<p>(冒頭部分)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・2～3件、生産農場から精肉卸、店舗までの一貫したストーリー性を感じる特集を設ける。各4～6ページ <p>(店舗紹介部分)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・おおいた和牛認定店について、1～2ページで情報を伝えること ・ECサイト運営店舗の情報も掲載すること。 ・掲載は、大分県エリア別で掲載すること ・エリアごとの適切なページで観光情報を盛り込むこと ・索引ページを作成すること ・索引ページの構成（あいうえお順、市町村別等）については、提案すること
巻末	<ul style="list-style-type: none"> ・デジタルスタンプラリー事業の情報を掲載すること