

この仕様書は企画提案書作成用であり、事業の実施に係る要求水準を示すものである。企画提案競技後、一般社団法人埼玉県物産観光協会（以下「協会」という）は契約候補者と協議を行い、双方の合意が図られた場合は、仕様書を契約候補者の企画提案内容に合わせ修正の上、契約を締結する。

「ちょこたび埼玉観光情報局」SNS による情報発信業務委託 仕様書

1. 業務名

「ちょこたび埼玉観光情報局」SNS による情報発信業務委託

2. 目的

埼玉県の物産観光資源の魅力やその情報を、「ちょこたび埼玉観光情報局」SNS（以下「SNS アカウント」という。）を通じてユーザーに対し戦略的に情報発信することにより、埼玉県の認知度向上とファン獲得及び県内観光への誘客、物産の販売促進を図ることを目的とする。

3. 業務期間

契約開始日から令和 9 年 3 月 31 日（水）まで

4. 委託業務

- (1) 協会公式 SNS の管理・運営
- (2) 協会公式 SNS の投稿計画策定
- (3) 掲載スポットへの許可取得等の対応
- (4) 協会公式 SNS の投稿記事制作
- (5) 協会公式 SNS の投稿作業

5. 委託業務内容

- (1) 協会公式 SNS の管理・運営

ア 現在、協会が管理・運営している SNS アカウントについて、フォロワー獲得及び県内の観光・物産の魅力の認知拡大のため、以下に掲げる業務を実施すること。

なお、運営にあたっては、協会にて作成した「SNS 運用ポリシー」に準拠すること。

※SNS運用ポリシーは添付のとおり。

▼運用対象の SNS アカウント（R7 年 12 月末時点）

SNS	媒体	アカウント名	URL	フォロワー数
	Instagram	@saitamakanko	https://www.instagram.com/saitamakanko/	38,052人
	X	@saitamakanko	https://x.com/saitamakanko	39,331人
	Facebook	ちょこたび埼玉 観光情報局	https://www.facebook.com/chocotabisaitama/	2,674人

イ 投稿に対するコメント・DM 等については以下の対応とすること。

（ア） 投稿に対するいいね、コメント、メンション、引用リポスト、DM等には、原則、翌営業日中にリアクションすること。なお、ユーザーから観光に関する質問等が寄せられた場合は、協会に確認の上、返信すること。

※ 上記に限らず、協会が対応すべきと判断したコメント等については、適宜情報共有を行った上で、協会において対応するものとする。

（イ） 不適切な投稿があった場合は協会と協議の上、適切な対応を行うこと。

(2) 協会公式 SNS の投稿計画策定

ア 受託者で収集した情報をもとに年間の投稿計画（投稿テーマ、投稿テキストの方向性、使用する画像イメージ等）を作成し、提出するほか、月間の投稿計画（投稿テキスト案、使用する画像案）を前月1日までに協会に提出し、承認を得ること。

イ 投稿計画には、各SNSアカウントの適切な投稿スケジュールを提案すること。なお、Instagram及びFacebookについては、フィード投稿、リール投稿、ストーリーズ投稿の回数の内訳も提示すること。

<投稿スケジュールの目安>

- ・月：8回程度
- ・年間：100回以上

月ごとの投稿内容の内訳（通常投稿、動画投稿）および投稿回数については、各月における投稿効果が最大限に発揮されるよう、媒体ごとに提案し、協会と協議の上決定すること。

上記投稿の効果を最大限にするため、ストーリーズ投稿、Xアンケート投稿などの実施も適宜検討すること。

ウ 協会が各SNSアカウントを利用して別途投稿することがあることを留意すること。

エ 埼玉県が観光面で持つ強みや弱み、独自性及び過去の投稿に関する反応についての分析を踏まえて投稿計画を作成すること。

オ 特定のエリアだけではなく、県内全域に波及効果があるよう配慮すること。

カ 以下の内容を含めて適切な情報を選定すること。

- (ア) 季節に合わせた埼玉県内各地の自然や花のスポットの情報
- (イ) 埼玉県ならではの歴史や文化・食・自然などの魅力を絡めた情報
- (ウ) 埼玉県への観光誘客にすぐにつながるような即効性のあるコンテンツ
- (エ) 時代の流行に沿ったコンテンツ

キ 各SNSアカウントのフォロワー獲得等に向けて効果的な手法（キャンペーン、広告配信等）を提案すること。なお、提案した効果的な手法（キャンペーンや広告配信等）の実施に関する費用はすべて、受託者負担とする。

ク 投稿計画は協会と協議の上、その都度、更新すること。

ケ 投稿テーマのうち、原則、月に1回は必ず周遊プランの投稿を行うこと。

(3) 掲載スポットへの許可取得等の対応

ア 上記5（2）で協会の承認を得た投稿計画を策定後、紹介予定の各掲載スポットへ連絡し、「ちょこたび埼玉観光情報局」SNSにて紹介する旨の許諾を取得すること。

イ 取材・撮影を実施する場合は、取材許可の取得に加え、取材日時等についてスポット側と調整のうえ、受託者の責任において実施すること。

ウ スポット所有の素材を借用する場合は、企画の意図を説明した上で企画テーマに適した素材を借用し、投稿に反映すること。

エ 投稿案作成後、協会の承認を得た上で、おおむね1週間程度の確認期間を設け、各掲載スポットへ投稿内容の確認を依頼すること。各スポットからの確認完了後に投稿を実施すること。

オ 掲載スポットには、別紙の承諾書への記載を依頼し、記載内容を確認し収受すること。収受した承諾書は一覧表にて管理のうえ、契約終了時に承諾書と合わせて協会へ提出すること。

（参考）承諾書管理シート（別添のとおり）

カ 協議事項が発生した場合は、受託者・協会の双方で協議の上対応方針を決定すること。

キ 承諾書の書式および管理シートについては、原則として協会指定の様式を使用すること。ただし、より適切で有効な様式がある場合は、協会へ提案すること。

(4) 協会公式 SNS の投稿記事制作

ア 上記5（2）で協会の承認を得た投稿計画を基に投稿テキスト及び画像・動画等の素材を、投稿日の約2週間前までに協会に提出し承認を得ること。ただし、時期により取材撮影が困難な素材（季節感のあるものやイベント関連等）等がある場合は、その限りではない。

イ 投稿原稿並びに画像・動画等の素材については、受託者において新規に取材撮影を行うことを基本とする。

ただし、時期や内容により取材撮影が適さない、又は実施が困難な素材（季節性のあるものやイベント関連等）については、協会と協議の上、関係者等より提供された素材を使用できるものとする。

ウ 画像・動画等の素材については、各SNSアカウントの投稿に最適なサイズ・デザインに加工・編集すること。なお、加工前の投稿素材については、媒体ごとに分けて用意する必要はなく、同一の素材を基に制作して差し支えないものとする。

エ 原稿作成にあたっては、受託者が責任をもって掲載元に事実確認を行うこと。

オ 各SNSアカウントのアルゴリズムについて最新の情報を収集し、アルゴリズムに対応施策を検討し、協会の承認を受けた上で施策を実施すること。

カ 各 SNS 媒体のユーザー特性に合わせたコンテンツテーマを SNS アカウントごとに提案すること。

キ 投稿記事の作成は、当該年度 5 月分～翌年度 4 月分までとする。

ク 令和 7 年度より、埼玉バーチャル観光大使公式 X (https://x.com/saitama_vtuber) を協会公式 SNS アカウント(X)と統合したため、本事業とは別に協会が実施する埼玉バーチャル観光大使としての投稿を考慮し、施策を検討すること。

ケ 第 3 期彩の国 DMO 戦略における国内ターゲットを踏まえ、各アカウントにて運用を行うこと。また、現状のユーザーインサイトを基に、各アカウントのターゲット像を設定し、投稿内容に反映させること。

コ 閲覧数を増加させるための効果的なハッシュタグを設定すること。なお、Instagram と Facebook の投稿において「#ちょこたび埼玉」「#埼玉さんぽ」は固定とする。

サ その他（参考情報）

【参考：各アカウントのフォロワー層（令和 8 年 1 月 30 日現在）】

- ・Instagram：年齢層 25－34 歳（17.6%） 35－44 歳（33%） 45－54 歳（26.9%）
性別：女性 58.9%、男性：41.1%
- ・X：年齢層 25－34 歳（24.7%） 35－44 歳（27.8%） 45－54 歳（14.9%）
性別：女性 34.7%、男性：61.5%
- ・Facebook：年齢層 25－34 歳（5.2%） 35－44 歳（15%） 45－54 歳（28.5%）
性別：女性 50.3%、男性：49.7%

(5) 協会公式 SNS の投稿作業

ア 投稿コンテンツについて協会および掲載元に必ず承認を得た上で、投稿計画に沿って投稿すること。

イ 投稿計画に沿った投稿が困難となった場合は、協会と事前に協議を行うものとする。

ウ 投稿日の設定は、原則土日祝日を除く日とする。特定の日に投稿することで効果が

高まる投稿を取り上げる場合は、別途協会と協議の上、投稿日を決定すること。

エ 投稿作業は、当該年度4月分～3月分（12か月）までを実施するものとする。（なお、当該年度4月投稿原稿については、協会から提供されたものを使用）

6. データの分析

各SNSアカウントについて、毎月以下の分析を行うこと。また、分析の結果、投稿計画について効果的な施策がある場合は提案すること。

- ・アカウントの1か月の稼働状況
- ・各投稿の1か月の稼働状況（投稿内容のカテゴリについての視点を含めること。）

7. KPIの設定

ア 企画提案にあたっては、各SNSアカウントの運営について、以下のとおりKPIを提示すること。その他、本業務の目的に合うKPI（保存数等）について独自提案があれば提案すること。

なお、「保存率」は必須の指標ではないが、埼玉の観光情報に対する具体的な関心度を測るKPIとして活用する場合は、追加のKPIとして提案すること。

アカウント	フォロワー獲得数 (年間)	1投稿あたりのインプレッション数 (委託期間内に実施した投稿の平均値または1年度内の投稿の合計値)	1投稿あたりのエンゲージメント率 (1年の投稿全体のエンゲージメント率)
Instagram	8,000人以上	10,000以上または 1,170,000以上	2%以上
X	2,000人以上	8,000以上または 1,330,000以上	1%以上
Facebook	-	-	0.5%以上

※ KPI数値については、他事業による投稿分を含めず、「ちょこたび埼玉観光情報局」SNSによる情報発信業務において実施した投稿のみを積算すること。

イ なお、KPIの達成に向けたスケジュールを、月ごとのKPI達成数値で示し、提案すること。

8. 報告

(1) 月次報告

ア 受託者主催の上、定例会議（月1回以上）を設定し、以下の内容について報告・協

議すること。定例会議の開催日は適宜、協会と協議の上決定する。

(ア) 各 SNS アカウントのデータの現状分析結果の説明及び改善案の提示

※報告内容は本事業の委託による分析結果の説明及び改善案とし、他事業による成果とは区別して報告することのみとすること。

※前年同月との数値の比較を含めること。

※定例会議資料は、会議前日までに協会へデータを提出すること。

※データ分析に使用したデータは Excel でも提出すること。

(イ) 各 SNS アカウントの業務の進捗状況

イ 各 SNS アカウントのインサイトデータについて、月ごとに生データを提供すること。データは日別データとし、データの形式は協会が指定する。

ウ 定例会議の内容については、受託者が会議録を作成し、会議終了後 1 週間以内に協会へ提出すること。

(2) 週次報告

各企画や通常投稿の投稿案作成状況、紹介スポットへの許可取得状況等、毎週月曜日に進捗状況を報告すること。

(3) 提出物

ア 事業実施報告書

毎月の評価及び改善を経て最終的な事業の効果検証を取りまとめた報告書を作成すること。また、翌年度以降の改善策も併せて記載すること。

※報告書の内容については事前に協会の承認を受けること

(ア) 項目

- ・各 SNS アカウントの年間のインサイト（フォロワー数やインプレッション数、エンゲージメント等）の推移及び委託開始前の状況と比較した検証結果

- ・ SNS アカウントで実施したキャンペーン

等、企画内容の詳細とその成果、考察等

- ・ SNS アカウントのユーザーの反応に伴う提案事項（投稿内容の変更や、アカウント運用の方向性の再検討など）

- ・ 運用上の課題点や次年度以降の SNS アカウント運用の改善策に関する考察等

(イ) 提出期限

令和 9 年 3 月 31 日（水）

(ウ) 提出先

一般社団法人埼玉県物産観光協会 プロモーション課

(エ) 提出方法

- ・ 事業実施報告書 部数 2 部

- ・上記報告書を記録した電子データ

イ 成果品

次のものを、紙媒体及び受託者にて用意した電子媒体（外付けHDD等）で納品すること。電子データについては最新版のウイルス対策ソフトでウイルスチェックを行うこと。

(ア) 事業実施報告書

(イ) SNSアカウント投稿素材（新規に撮影した画像・動画、2次利用の許可を得た紹介スポット画像）

(ウ) SNSアカウント投稿データ一式

(エ) 掲載許諾書類一式

9. 引継ぎ等

本契約の完了または解除により業務が終了する場合、終了日までに本業務を協会が継続できるよう必要な措置を講じること。具体的な内容は次のとおりとし、文書により引継ぎを行うとともに、必要に応じてミーティングを実施すること。

(1) 引継ぎ内容

ア 投稿関連素材等の共有（投稿テンプレート、掲載許諾書のテンプレート、当該年度に扱ったスポットの共有）

イ アカウントの特徴に関する共有（アカウント運営にあたり、コンセプトや企画設計、インサイトデータ等の共有）

ウ コメント・DM対応に関するオペレーション情報

(2) 引継ぎ期間

1週間程度（口頭での引継ぎ、質問期間を含む）

10. 本事業において取得した写真・動画に関する権利の帰属等

- (1) 受託者は本業務実施において、著作権、肖像権等の取扱いには十分注意すること。必要な第三者の著作権、肖像権については、事前に承諾を得ること。
- (2) 成果物については、第三者の知的財産権を侵害していないことを保証すること。なお、第三者が有する知的財産権の侵害の申立を受けたときには、受託者の責任（解決に要する一切の費用負担を含む。）において解決すること。
- (3) 制作過程で生じる権利関係、著作権等の処理は、事業者の責任及び費用で行うこと。
- (4) 投稿に使用した写真、イラスト、デザインの著作権は、他事業者から借り受けたものを除き、すべて協会に帰属するものとする。埼玉県観光物産の広報宣伝等で有効に活用できると判断した場合、他の媒体でも使用できるものとする（広告を除く）。ただし、受託者が所有する写真、イラスト等を協会が成果物以外に使用する際には、受託者と協

議・承諾等を要するものとする。

- (5) 月に1回投稿する周遊プランの内容は、「ちょこたび埼玉」Webサイトの「モデルコース」ページにて同様の内容を掲載できるものとする。なお、周遊プラン投稿で使用了た画像は、「ちょこたび埼玉」WEBサイトのモデルコースにも使用できるよう掲載元施設から承諾を得た上で、投稿日当日までに協会へ納品すること。

11. 委託業務実施にあたっての留意事項

- (1) 受託者は、本委託契約業務の実施に当たり、関係法令、条例及び規則等を十分に順守すること。
- (2) 委託業務の全部又は一部を第三者に委託し、又は請け負わせてはならない。ただし、あらかじめ協会の承諾を得た場合は、この限りではない。
- (3) 委託業務に関して知り得た秘密を他に漏らし、又は委託業務以外の目的に使用してはならない。委託期間が終了し、又は委託契約が解除された後においても同様とする。
- (4) 委託業務を通じて取得した個人情報の適切な管理のために、必要な措置を講じるものとする。
- (5) 受託者は本業務実施において、著作権、肖像権等の取扱いには十分注意すること。必要な第三者の著作権、肖像権については、事前に承諾を得ること。
- (6) 受託事業終了後に委託契約額を確定した結果、受託者に本事業により発生した収入があり、得られた収入から委託金額を上回る事業費を差し引いてもなお受託者に収入がある場合、当該収入は協会に返還するものとする。
- (7) 受託者は、委託業務の履行に当たり、自己の責めに帰する事由により協会に損害を与えたときは、その損害を賠償しなければならない。
- (8) 受託者は、委託業務の履行に当たり、受託者の行為が原因で利用者その他の第三者に損害が生じた場合には、その賠償の責めを負うものとする。
- (9) 協会が受託者を決定した後、委託契約に当たり、この仕様書に定める事項及びこの仕様書に定められた事項以外に疑義が生じた場合は、遅滞なく協会と協議を行うものとする。
- (10) 魅力を高める施策として自由提案があれば記載すること。
- (11) 本仕様書に定めるものの他、受託者の企画提案内容についても、適切に履行すること。
- (12) 協会が行う他事業においてSNS業務との連携の必要が生じた場合、別途見積にて相談する場合がある。