

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。

埼玉グルメプロジェクト業務委託 仕様書

1 業務名

埼玉グルメプロジェクト業務

2 業務目的

「この地域にきたら食べてほしいあなたのおすすめグルメは？」のコンセプトに基づき、埼玉県民一押しグルメに関する投票を軸とした一般参加型プロモーションを展開することで、本県に関する興味関心と訪問意欲を高め、物産と観光の両輪による観光消費額拡大を図る。

3 業務期間

契約締結日から令和9年3月31日（水）までの期間とする。

4 委託事業の内容

テーマ：「この地域にきたら食べてほしいあなたのおすすめグルメは？」をWEBやSNS等を通じて一般消費者（県民）から募集を行い、エリアごとに県民一押しグルメを選定し、店舗や周辺観光の積極的なプロモーションへと展開させるとともにその効果検証を行うこと。また、投稿結果に基づき、県民おすすめグルメとして選ばれた店舗等を活用し、県内への誘客を促進するとともに、観光地の周遊や選定された店舗のみならず、県内の物産事業者の消費額も向上される施策を展開すること。さらに、埼玉グルメプロジェクトをテーマにリアルイベントに出展するほか、投稿結果等に基づく県民一押しグルメに関するグルメマップの制作も行うこと。

- ① WEB/SNS等を活用した一般消費者（県民）からの口コミ募集（県内エリア別に募集）
- ② 特設サイトの制作・運営
- ③ 一般消費者からの口コミ投稿結果を基に、県内30店舗程度（以下「選定店舗」という。）について、プロモーションを展開（プロモーション手法については投稿結果を鑑みて、各店舗に適したものを実施）
- ④ 選定店舗と所在地域の観光等について、リアルイベントでのプロモーションを実施
- ⑤ ③及び④のプロモーションの効果検証の実施
- ⑥ 物産と観光の連携施策の実施
- ⑦ 口コミ投稿結果等に基づく県内グルメマップの制作
- ⑧ ターゲティング広告の実施

なお、参加対象の「県民」及び「対象店舗」の定義は以下を想定しているが、詳細については受託決定後に協会と協議の上、決定するものとする。

<県民>

- ・埼玉県在住の者

- ・ 埼玉県に在勤・在学の者
 - ・ 実家が埼玉県にある者
- <対象店舗>
- ・ 県内に本店がある店舗

大まかな実施スケジュールは以下のとおりとする。詳細については協会と協議の上決定するが、プロモーションを長期展開し効果検証まで確実に実施するために、投稿企画の募集期間は7月末頃までとする。

<スケジュール>

時期	実施内容
4月～5月	投稿企画「県民一押しグルメ」募集開始
5月～	特設サイト制作
7月末～	投稿結果〆切・集計
8月～9月	特設サイトの公開 選定店舗に関するプロモーション手法検討・準備 グルメマップの制作開始
9月～	選定店舗のプロモーション開始 物産と観光の連携施策の準備・実施 イベント出展（9/24～27）
1月	グルメマップ完成
1月～2月末	プロモーション終了・効果検証
3月	事業完了報告

（１）投稿企画「県民一押しグルメ」の実施

埼玉グルメプロジェクトとして以下の投稿企画を実施すること。

ア エリアごとの一押しグルメの募集

- ① 「この地域にきたら食べてほしいあなたのおすすめグルメは？」のコンセプトに基づき、県内5エリア（秩父、北部、中央、西部、東部）について、それぞれの地域のおすすめしたい店舗及びメニューを推薦理由等とともに投稿してもらう企画を実施すること。
- ② 一般消費者（県民）から口コミを募集するための応募フォームを用意すること。推薦する店舗名及びメニュー、推薦理由のみならず、必要に応じて、写真も併せて投稿できる仕様とすること。応募フォームは新たに構築せずに既存のシステム等を活用するものでも可能とする。
- ③ 一般消費者（県民）から店舗に対する想いやおすすめ理由などもあわせて募集し、特設サイト（４（２））で紹介できるようにすること。
- ④ 選定店舗に対してインタビューや取材等を行い、店舗のこだわりや想い等も特設サイト（４（２））で掲載できるよう準備しておくこと。

掲載対象店舗数や掲載内容については協会と協議の上決定すること。

- ⑤ 投稿数を確保するためのPR手法（SNS、募集チラシ配布、ポスター制作及び掲示、メディア活用等）や告知方法等、具体的な手法を提案すること。

- ⑥ 一般消費者（県民）から届いた口コミを基に県内30店舗程度を選定すること。また、店舗を選定するため定性的・定量的なデータを集計・分析できるようにすること。
- ⑦ 県内30店舗程度の選定については、店舗への許可取りや取材交渉等を受託者側で行うほか、エリアの偏りや投票総数等も考慮し、協会と協議の上、決定すること。

イ 指定カテゴリごとの一押しグルメの募集

番外編として特設サイト等（4（2））や「ちょこたび埼玉」情報誌等で紹介を予定しているため、協会が指定するカテゴリ（うどん、いちご、うなぎ、ご当地グルメ等）についてもおすすめ店舗（メニュー）を投稿してもらい企画を実施すること。なお、（1）ア、イのどちらに応募するかは任意とし、両方の投稿も可能とするが、投稿数が分散しないよう募集方法等を工夫すること。指定するカテゴリについては協会と協議の上決定する。

（2）埼玉グルメプロジェクトに関する特設サイトの制作・運営

埼玉グルメプロジェクトに関する特設サイトを以下のとおり制作・運営すること。各項目の公開時期については、事業効果を高める上で適切な時期を設定すること。

- ア 投稿結果の公開を含め、選定店舗に対して来訪意欲・消費意欲が高められる特設サイト（PRページ）を制作すること。
- イ 特設サイトについては、以下の点を留意の上、制作すること。
 - （ア）特設サイトで掲載する選定店舗の画像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。取材撮影にあたり、交渉・許可・申請等の調整は受託者側にて行うこと。
 - （イ）特設サイトのデザイン・内容については協会と協議の上、決定すること。
 - （ウ）スマートフォンやタブレット等のモバイル端末に適した、使いやすく、かつ見やすいデザインを基本とし（モバイルファースト）、そのうえで、レスポンシブデザインなど利用者のデバイスによってサイト内のページを最適に表示できるようにすること。
 - （エ）特設サイト公開用のバナーを制作すること。なお、受託者は必要に応じてバナーのサイズ調整を行うこと。
 - （オ）特設サイトについて、ドメイン取得に必要な対応を行うこと。なお、特設サイト（LP）のデータを格納するサーバは「ちょこたび埼玉」（<https://chocotabi-saitama.jp/>）内とし、サーバへのアップロード作業は本業務に含まないものとする。
 - （カ）上記（1）エで制作したページは協会が用意するサーバ（「ちょこたび埼玉」（<https://chocotabi-saitama.jp/>））にアップロードできるように静的コーディングを行い、協会に納品すること。
 - （キ）制作ページは2ページ以上とすること。
 - （ク）投稿結果をうけたその後のプロモーション展開に関連した内容（4（3））を掲載できるようにすること。
 - （ケ）埼玉グルメプロジェクトに関するイベントPR（4（4））の告知等の情報掲載をすること。
 - （コ）物産と観光の連携施策（4（5））に関する情報を掲載すること。
 - （サ）上記のほか、特設サイトの内容の充実化や閲覧数増加等につながる施策があれば提案すること。

(3) 埼玉グルメプロジェクトに関するプロモーション・効果検証

4 (1) アで募集した県民一推しグルメの投稿結果に基づき、選定店舗や周辺観光について、ランキング、シチュエーション等切り口を変えたプロモーションを展開すること。プロモーション手法については投稿結果等を鑑みて、適切な手法を提案すること。

また、プロモーションを展開した結果、実際にどれだけの効果があったのか（消費額の向上や来訪者数の増加等）について、効果検証を行い、協会に報告すること。効果検証の際は、デジタルツール等を活用し、数値で結果を把握できるようにすること。

(4) 埼玉グルメプロジェクトに関するイベントPR

県民一推しグルメについて、広く県外の方々にもPRを行うため、以下のイベントに出展し、埼玉グルメプロジェクトに関する特設サイトでの取組を周知するほか、投稿結果を受けて、県内のみならず県外の方々の興味関心もひく企画（例：実際に行ってみたい店舗について投票する企画など）を提案すること。

【出展イベント】

- ・ ツーリズムEXP0ジャパン2026（東京ビックサイト）

- ・ 実施期間：令和8年9月24日（木）～27日（日）

- ・ 出展規模は2～4小間（※1小間＝3m×3m＝9㎡）とする。

ただし、小間数については提案内容により変更可能とする。

あわせてストックルームやイベント保険の加入など、出展の際に必要な事項についても確保・準備すること。

ア 選定店舗の紹介（地域情報、観光情報等を含む）ブースの企画、制作、設営、撤去を含めた一切の業務を行うこと。

イ イベントでのPRのみで終わるのではなく、選定店舗や周辺観光地への誘客につながる内容とすること。

ウ ブースへの来場者数を増加させる工夫をすること。

（例：試飲試食や実際に行ってみたい店舗の投票企画など）

エ ブースは県民一推しグルメを連想させるデザインとし、集客・滞在時間を高め、来場者のアクションに繋げる内容とすること。

オ 4 (1) アの投稿結果について、簡易的なグルメマップを作成し、イベント出展時のパネルとして活用すること。

カ 出展に関する費用及び出展料の支払い以後に発生する設営等に係る諸費用については、受託者負担とする。

キ 出展にあたり、イベント主催者の定める規約やマニュアルを参照し、遵守するとともに、協会を含め関係機関との連絡調整、必要な申請、届出を行うこと。

ク イベント実施に必要な投票備品、展示パネル、ポスター、チラシ、展示用の選定商品、資材、設備、輸送、移動等に係る経費は受託者負担とすること。

ケ イベント終了後、実施内容、参加人数等の実績をまとめ、協会に報告すること。

コ ツーリズムEXP0ジャパン2026の出展以外で、協会が以下のイベントに出展し、PRする予定であるため、展示パネル、ポスター、チラシ、資材等については、イベントを跨いで活用できるように工夫をすること。

- ・大宮駅催事（１１月頃）長机（幅 0.6m×長さ 1.8m）２台程度
- ・その他県内イベント等（随時）

（５）物産と観光の連携施策の実施

- ア 県民一押しグルメとして選ばれた店舗等を活用し、県内への誘客をはかるとともに、観光地の周遊や選定店舗のみならず、県内の物産事業者の消費額が向上するような施策を提案すること。

提案にあたっては、選定された店舗等の周辺観光とあわせた県産品購入などが促されるよう、物産関連事業者との連携をはじめ、宿泊・交通関連事業者などといった協会会員ネットワークの活用などによる効果的な企画となるよう、県産品等の売上への寄与などについて、具体的な成果の案をあわせて提示すること。

- イ 上記アで提案した物産と観光の連携施策について、効果検証を行うこと。

効果検証の際は、デジタルツール等を活用し、数値で結果を把握できるようにすること。

（６）グルメマップの制作

- ４（１）１で投稿された県民一押しグルメ（店舗及びメニュー）について、店舗の所在地等がわかる地図及び店舗の情報等を掲載したグルメマップを制作すること。

ア グルメマップデータの制作

本県の地理関係や店舗の所在地等がわかる地図、埼玉グルメプロジェクトで投稿された県民一押しグルメ（店舗及びメニュー）を紹介するマップデータのデザイン・編集・校正・校閲・印刷・配送を行うこと。

併せてWEB上で公開可能なPDFデータと、PNG/JPEGデータ、編集可能なAdobe Creative Cloudデータとして納品すること。

別途印刷物として１０，０００部印刷し、配送、納品すること。サイズ等形式については下記「②掲載内容」を踏まえ、マップとしての機能及び県民一押しグルメの情報発信機能を十分に果たせるものとなるよう、受託者が提案し、協会と協議の上決定とする。

① データの仕様

- ・データ：PDFデータその他、PNG/JPEGデータ、編集可能なAdobe Creative Cloudデータ
- ・カラー：フルカラー

② 掲載内容

- ・埼玉県の５エリア及び主要な市町村、交通網、観光スポット等が入った地図
- ・県民一押しグルメとして投稿された店舗（掲載店舗数については協会と協議の上決定）
- ・店舗やメニューの紹介、投稿された推薦理由、一押しポイント等
- ・その他、閲覧者が実際に県内に訪れたいような掲載項目がある場合は提案すること。

③ 写真、イラスト、文章等

- ・写真は、PR用のマップに適するクオリティーとすること。
- ・掲載する写真及びイラスト、漫画、文章は、委託者に帰属するものを使用すること。他者に権利のあるものを使用する、又は制作を依頼する場合は、事前に受託者が使用契約等を締結する等の措置を講じておくこと。
- ・埼玉県公式観光サイト「ちょこたび埼玉」(<https://chocotabi-saitama.jp/>) にマップの

電子データ（PDF）を掲載することを前提とすること。

④ 校正・校閲

校正は3回以上、簡易色校正1回以上とする。交通網、位置関係、店舗名等が実際の状況と齟齬が無いよう、校閲を行うこと。

イ 印刷物

4（6）アで制作するマップデータを基に、紙媒体の印刷物を制作すること。サイズや折り方の規格については4（6）アのとおり、最適なものを提案すること。

- ・紙 質：コート紙 55Kg以上
- ・カラー：フルカラー
- ・部 数：10,000部

ウ 納品物

完成したマップのデータと、印刷物について、令和9年1月15日（金）までに指定の場所に納めること。

- ・データ納品先
一般社団法人埼玉県物産観光協会 プロモーション課
- ・印刷物納品先
10,000部のうち、協会が指定する部数の下記納品先にそれぞれ納めること。
 - ・一般社団法人埼玉県物産観光協会 プロモーション課
 - ・協会が指定する配送先（約60箇所（場合により増減する可能性あり））

（7）その他本事業に関するプロモーションの実施

- ア 多くの一般消費者に埼玉グルメプロジェクトに参加してもらえるよう、効果的なプロモーションを実施すること。
- イ 本事業全体を通して一般消費者の興味関心を維持できるように工夫をすること。必要に応じてキャンペーンなどを実施すること。キャンペーンを実施する際には、協会の承諾の元実施すること。キャンペーンの実施に掛かる費用は委託料に含まれる。
- ウ 必要に応じて、食レポやSNS等によるPRを行う著名人やインフルエンサー等を起用し、埼玉グルメプロジェクト自体のPRを行うこと。なお、著名人やインフルエンサー等を起用する場合は、協会と協議の上決定し、グルメの選定から結果発表まで一貫して関与しつつ、埼玉グルメプロジェクトの様子を随時PRすること。

（8）ターゲティング広告の実施

- ア 当該事業で制作した特設サイトについて、多くの一般消費者の参加を促すために、WEBやSNS等で広告配信を行うこと。
- イ 4（3）で実施するプロモーションについてもWEBやSNS等の広告配信に適した手法がある場合は積極的に行うこと。
- ウ 広告配信に関し、ターゲット設定やキーワード設定、広告配信時期等については協会と協議のうえ実施すること。
- エ 閲覧者増加に効果的な広告配信媒体や広告手法を提案すること。
- オ 運用実績に応じて、出稿金額の調整やバナー及びテキストの差し替え等に対応すること。

カ その他、広告が必要となる場合は当該業務の費用に含めること。

(9) その他

- ア 当事業実施にあたり発生する費用（著名人やインフルエンサー等出演料、謝礼、交通費、郵送費等）は受託者負担とする。
- イ 業者決定通知後、速やかに協会と協議を実施し、実施計画書をもとに体制、年間制作スケジュール、役割分担について提示、説明を行うこと。

(10) KPIの設定

下記項目についてそれぞれ目標値を定め、達成に向けた具体的な手法を提案すること。

ア 埼玉グルメプロジェクトのロコミ（投稿）募集について

- ・ 投稿数
- ・ 埼玉グルメプロジェクトのPR媒体（SNS等）の各数値 など

なお、KPI設定の際は協会が令和6年度に実施した「埼玉お土産プロジェクト」

(<https://chocotabi-saitama.jp/special/omiyage/>) の投稿総数を参考に設定するとともに、30店舗程度を選定するために必要な数を確保できるよう、算出の考え方や4（1）⑤などの各施策の効果との関連等を具体的に示した上で設定すること。

※参考：「埼玉お土産プロジェクト」の結果

- ・ 第1弾：

埼玉県のお土産について一般消費者からロコミを募集する投稿キャンペーンを実施。

- ・ 投稿総数：830件
- ・ 実施期間：18日間

※その他適切な項目がある場合は提案すること

イ 特設サイト

- ・ ユーザー数
- ・ PV数
- ・ 直帰率
- ・ エンゲージメント率 など

※その他適切な項目がある場合は提案すること

ウ 選定店舗を対象としたプロモーション及び効果検証

提案する手法に応じて、目標値を設定すること

エ 埼玉グルメプロジェクトに関するイベントPR

- ・ ブース来場者数
- ・ 企画参加人数
- ・ アンケート回答数 など

※その他必要な項目がある場合は提案すること

オ 物産と観光の連携施策

提案内容に応じて、目標値を設定すること。

5 報告

(1) 報告

当事業の進捗状況について、協会に適宜報告すること。なお、必要に応じ、受託者主催の上、進捗状況の報告等に関する会議を実施することができる。

(2) 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。

※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

- ・ 投稿企画の実施結果
- ・ 特設サイトの制作結果
- ・ プロモーション実施内容、効果、考察等
- ・ イベント出展に関する制作展示物の内容
- ・ グルメマップの制作結果
- ・ 物産と観光の連携施策の結果
- ・ KPI達成状況
- ・ ターゲティング広告の実施結果

(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電子媒体（USB 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) 特設サイトのサイト設計書

(イ) サイト内のコンテンツを構成するファイル一式（HTML、スクリプト、画像等）

(ウ) 本事業において取得した画像及び動画データ（但し、協会から提供されたデータを除く。）

(エ) ロゴ、バナー、アイコン等のデザインデータ（aiデータ等）

(オ) 事業実施報告書

6 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、受託者の責任及び費用で行うこと。
- (4) 一般消費者から投稿された写真や、本事業で使用した写真、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、すべて発注者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、イラスト等を発注者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。

7 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、あらかじめ発注者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、当該収入は発注者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) 発注者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、遅滞なく発注者と協議を行うものとする。
- (10) 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。
- (11) 協会が行う他事業においてWEB・SNS・情報誌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。
- (12) 委託事業実施にあたり不測の事態が発生した場合は、速やかに協会に報告し、対策を相談の上、迅速に事態の收拾にあたらなければならない。