

## SNS及び情報誌による情報発信事業業務委託 仕様書

### 1. 業務名

SNS及び情報誌による情報発信事業

### 2. 目的

埼玉県 の物産観光資源や協会会員事業者が提供する商品・サービスを、SNS及び情報誌をツールとして魅力的に発信・紹介する。これにより県内観光への誘客、物産の販売促進を図ることを目的とする。

### 3. 業務期間

契約日から令和3年3月31日（水）までの期間とする。

### 4. 委託業務内容

#### (1) 基本方針

下記の基本方針に従い、作成すること。

ア. ターゲット：埼玉県民

※詳細は「5. 仕様」に記載

イ. 「絶景・グルメ・イベント・人」等のコンテンツを中心に、「集客」につながるプロモーションとすること

ウ. 特にSNSに関しては、リアルタイムの情報など、「シェア」したくなるような投稿を意識すること

エ. SNS・情報誌にて発信する情報を連動させること

#### (2) SNSの運営

現在、(一社)埼玉県物産観光協会（以下「発注者」という）が運営している、フェイスブック「たびちょこ埼玉観光情報局」（以下「たびちょこ」という）、ツイッター「ちょこたび埼玉観光情報局」（以下「ちょこたび」ツイッターという）、インスタグラム「ちょこたび埼玉観光情報局」（以下「ちょこたび」インスタグラムという）のうち

① 「たびちょこ」、「ちょこたび」ツイッター及び「ちょこたび」インスタグラムをツールとした、埼玉県の物産観光情報収集・発信業務（取材、記事作成、写真撮影等）

② キャンペーンの実施

③ ユーザーアンケートの実施、分析

④ 情報誌「ちょこたび埼玉」、埼玉県観光WEBサイト「ちょこたび埼玉 観光情報局」（以下「ちょこたび」WEBサイトという）と連動した情報発信

⑤月1回以上の取材、撮影

### (3) 情報誌の制作

- ① 情報誌「ちょこたび埼玉」の制作（取材、記事作成、写真撮影等）
- ② 「ちょこたび」WEBサイトに掲出するための本誌PDFデータ及びDTPデータの納品
- ③ 本誌に使用した画像、イラストデータの納品
- ④ 発注者が指定する関係先への発送業務
- ⑤ 県外配布先の開拓
- ⑥ SNS、「ちょこたび」WEBサイトと連動した情報発信
- ⑦ 読者アンケート（はがき及びWEB）の実施、集計、分析  
※WEBはフェイスブックアカウントを活用したものを想定

## 5. 仕様

### (1) SNSの運営

発注者にて作成した「運営ポリシー」「運用・投稿レギュレーション」を基に、運営すること。

#### ① 投稿回数

- ・「たびちょこ」、「ちょこたび」ツイッター：週3回以上（現状は月・水・金投稿、祝日・年末年始等を除く）
- ・「ちょこたび」Instagram：週2回以上（現状は火・木投稿、祝日・年末年始等を除く）

この投稿が難しい期間がある場合には、発注者と事前に協議を行うものとする。

#### ② 投稿内容

- ・投稿には静止画だけでなく動画も可能な限り活用すること。
- ・ハッシュタグを活用すること。
- ・投稿に対してのコメントがあった際には、ユーザーに返信等の対応を行うこと。
- ・投稿内容、取材先に関して、発注者と事前に協議・確認を行うものとする。

#### ③ ターゲット

主に埼玉県民、近隣都県（1都3県）民の中でも、各SNSにて下記のとおりターゲットとすること。また、現状のユーザーインサイトを基に、投稿内容など内容の提案を入れること。

- 「たびちょこ」：ファミリー層
- 「ちょこたび」ツイッター：若年層
- 「ちょこたび」Instagram：F1層、ファミリー層

【参考】現状のユーザーインサイト

- 「たびちょこ」：年齢層 45-59歳、55-64歳  
性別 女性41%、男性59%
- 「ちょこたび」ツイッター：性別 女性35%、男性65%
- 「ちょこたび」インスタグラム：  
年齢層 35-44歳（29%）25-34歳（26%）  
性別 女性44%、男性56%

④ 効果検証報告

年4回以上、各SNSの数値結果・分析等を発注者に報告すること。

(2) 情報誌の制作

- ① サイズ：B5版
- ② ページ数：表紙を含め20ページ以上
- ③ 印刷用紙：紙質＝上質紙、厚み＝70kg以上
- ④ 色数：両面カラー印刷（4C）
- ⑤ 発行：年2回（夏・秋号6月、春・夏号2月）
- ⑥ 部数：1回あたり50,000部以上
- ⑦ 発送件数：1回あたり300件（箇所） ※場合により増減する場合あり
- ⑧ ターゲット：20～40代女性、シニア層

6. 情報誌の誌面構成

現在の台割（参考）

1P	表紙	13P	インフォメーション
2P	純広告	14P	NEWTOPICS (鉄道会社情報)
3P	目次	15～17P	イベント情報
4～8P	特集①	18～19P	埼玉県MAP
9～11P	特集②	20P	純広告
12P	そぴあセレクション		

※あくまで参考とし、デザイン・内容等については発注者と協議のうえ決定すること

※20ページ以上が可能な場合、内容も提案すること

表紙

思わず手に取ってみたいくなるような情報誌にするため、読者に埼玉県の魅力が印象強く伝わるようデザインを工夫すること。

本文

- ① 埼玉県の観光・物産を魅力的に伝え、埼玉県に行きたくなる、商品を購入したくなるようなストーリー性の高い見せ方の工夫に努めること。

- ② 文字情報と大きな写真等を使用するなどして、インパクトのある内容にすること。
- ③ 埼玉県物産観光協会々員（新入会事業者等）の最新情報を紹介すること。
- ④ 「埼玉県物産観光館そぴあ」の情報を紹介すること。
- ⑤ 県内各地域のイベント情報を集約して掲載すること。
- ⑥ 埼玉県の観光地図を掲載すること。
- ⑦ SNS及び「ちょこたび」WEBサイトと連動した情報発信を行うこと。
- ⑧ 特集ページを提案すること。
- ⑨ 県広報番組との連動を予定しており、番組情報を紹介すること。
- ⑩ 表紙には発注者が提供するロゴを使用すること。

## 広告

広告サイズは以下のとおり。発注者と協議の上、決定すること。

①②は純広告、③④は純広告または記事広告どちらでも可とし、提案すること。

- ① 表4 1ページ×1枠
- ② 表2 1ページ×1枠
- ③ 中面 1/2ページ×2枠
- ④ 中面 1/4ページ×4枠

※広告営業は原則、発注者が行うこととする。

## 7. 効果検証報告

本事業の効果検証を行うため、露出状況や閲覧数等の目標値及び達成方法を計画した上で、一年間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。

- ① 提出物：事業実施報告書 部数 5部  
     上記報告書を記録した電子データ  
     ※報告書の内容については事前に発注者の承認を受けること
- ② 項目：露出状況や閲覧数等の推移含めた結果、考察、次年度に向けた改善案等
  - SNS：各アカウントのインサイト、アンケート回収結果、フォトキャンペーン結果等
  - 情報誌：配布先の配布状況、掲載QRコードの閲覧状況、アンケート回収結果等
- ③ 提出期限：令和3年3月31日（水）
- ④ 提出先：一般社団法人埼玉県物産観光協会 DMO推進課

## 8. 成果物

次のものを、紙媒体及び電子媒体（DVD-ROM等）で納品すること。電子データについては最新版のウィルス対策ソフトでウィルスチェックを行うこと。

- ① 本事業において使用した写真、動画、イラストデータ、PDFデータ、DTPデータ
- ② 事業実施報告書

## 9. その他

- ① デザイン、内容等については発注者と協議のうえ決定すること。
- ② 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。
- ③ SNS・情報誌に使用した写真、イラスト、誌面デザイン・ライティングの著作権は、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)
- ④ 広告掲載費は所定の手数料を差し引いて、発注者の収入とする。