

## 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(ウェブ、紙媒体)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5年3月31日(金)までの期間とする。

### 4. 基本方針

ア. 下記の基本方針に従い、作成すること。

ターゲット:埼玉県民、首都圏(1都2県)住民

※詳細は「5. 委託業務内容」に記載

イ. 「絶景・グルメ・イベント・人・歴史」等のコンテンツを中心に、「購入」「集客」など、アクション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(ウェブ、紙媒体)にて発信する情報を連動させること。

### 5. 委託業務内容

#### 【概要】

#### (1) 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「ちょこたび埼玉観光情報局」(以下『「ちょこたび」フェイスブック』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)に関わる業務を行う。

- ① 「ちょこたび」フェイスブック、「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」、埼玉県公式観光サイト「ちょこたび埼玉」と連動した情報発信

⑤ 月1回以上の取材、撮影

(2) 情報誌(ウェブ)の制作

ウェブマガジン「ちょこたび埼玉」の制作(取材、記事作成、写真撮影、投稿、管理、運営等)

- ① ウェブマガジン「ちょこたび埼玉」のデータの納品
- ② 制作に使用した画像、イラストデータ等の納品
- ③ SNSと連動した情報発信

(3) 情報誌(紙媒体)の制作

ウェブマガジンを基にした情報誌「ちょこたび埼玉」の制作(編集、出版、発送等)

- ① 本誌PDFデータ及びDTPデータの納品
- ② 本誌に使用した画像、イラストデータの納品
- ③ 発注者が指定する関係先への発送業務
- ④ 県外配布先の開拓
- ⑤ SNSと連動した情報発信
- ⑥ 読者アンケートの実施(ウェブ)、集計、分析
- ⑦ 読者アンケートプレゼント提供元の開拓

【詳細】

(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
  - ・「ちょこたび」フェイスブック、「ちょこたび」ツイッター、「ちょこたび」インスタグラム:週2回以上(現状は月・水・金の3回投稿。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、首都圏(1都2県)住民の中でも、各SNSにて下記を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。
    - 「ちょこたび」フェイスブック:ファミリー層
    - 「ちょこたび」ツイッター:若年層
    - 「ちょこたび」インスタグラム:F1層、ファミリー層

④ キャンペーン

- ・例年開催しているキャンペーンはフォトキャンペーンだが、フォトキャンペーン以外でユーザー参加型のキャンペーンを実施すること。内容は提案の上、発注者と事前に協議・確認を行うものとする。

※参考 現状のユーザーインサイト

● 「ちょこたび」インスタグラム

年齢層 35-44歳(29%) 45-54歳(31%)

性別 女性45%、男性55%

⑤ 効果検証報告

- ・毎月1回、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(ウェブ)の制作

① コンテンツ管理システム(CMS)

- ・コンテンツ管理システム(CMS)は、WordPressを使用すること。WordPressは、埼玉県公式観光サイト「ちょこたび埼玉」のサーバー内に導入する。
- ・埼玉県公式観光サイト「ちょこたび埼玉」のサーバー管理者とは綿密な調整を行い、公開・運用できるよう作業を実施すること。

② 作成言語

- ・作成言語は日本語とする。

③ ウェブマガジンの構成

- ・以下の項目を想定しているが、あくまで案とし、デザイン・内容等については発注者と議のうえ決定すること。

ア. 導入・目次

イ. 特集①

ウ. 特集②

エ. コラム

オ. 日帰り or 1泊2日旅行

カ. 県産品紹介

キ. 埼玉県物産観光協会会員紹介

④ 画面構成

- ・パソコンだけでなく、モバイル端末への対応として、スマートフォン、タブレットなどいずれの端末で閲覧しても見やすい仕様とすること。

⑤ 投稿回数

- ・年2回発行する情報誌(紙媒体)の発行に合わせ、適時投稿すること。
- ・投稿スケジュールについては提案の上、発注者と事前に協議・確認を行うものとする。

⑥ 投稿内容

ア～ウはすべての投稿について対応すること。

エ～キは、全ての投稿に求めるものではないが、年2回以上は記事を作成すること。

ア 文字情報と魅力的で映える写真、動画、アニメーション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。

イ 埼玉県観光・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。

ウ 特集ページを提案すること。

エ (1)のSNS及び埼玉県公式観光サイト「ちょこたび埼玉」と連動した情報発信を行うこと。

オ 埼玉県物産観光協会会員(新入会事業者等)の最新情報を紹介すること。

カ 「埼玉県物産観光館そぴあ」「ちょこたび埼玉オンラインストア」の情報を紹介すること。

キ 県広報番組と連動する場合、番組情報を紹介すること。

⑦ ターゲット

・20～40代女性、ファミリー層

⑧ 効果検証報告

・毎月1回 PV 数、セッション数、ページ毎のアクセスランキング等を発注者に報告すること。

⑨ その他

・SSL は最適なものを用意すること。

・サーバーの容量が足りない場合や、閲覧が多くなり負荷がかかる場合等も想定した対応を行うこと。

・アクセシビリティにも考慮すること。

・広告(記事広告、バナー広告)などの掲載要望があった際には、発注者と協議の上、適時対応すること。

・発注者がイメージするウェブマガジン 「旅色」<https://tabihiro.jp/webmagazine/>

(3) 情報誌(紙媒体)の制作

(2)で制作する情報誌(ウェブ)の内容を集約し、再構築させた紙媒体の情報誌を制作すること。

① サイズ: B5版

② ページ数: 表紙を含め12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(秋・冬号8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200件(箇所) ※場合により増減する可能性あり
- ⑧ ターゲット:20~40代女性、シニア層
- ⑨ 情報誌(紙媒体)の誌面構成

現在の台割※令和3年度24P(参考)

1P	表紙	19P	コラム等
2P	画像	20P	県、協会情報
3P	目次	21P	埼玉県物産観光協会会員情報
4~13P	特集①	22P	鉄道会社情報
14~17P	特集②	23P	アンケート、ちょこたび埼玉HP、SNS紹介
18P	そびあ、県産品紹介	24P	裏表紙(純広告)

※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

※12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

- ア. 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。
- イ. 表紙には発注者が提供するロゴを使用すること。
- ウ. 読者がアクションを起こしやすいようQRコードを活用すること。

#### 広告

広告サイズは以下のとおりとし、掲載枠数は発注者と協議の上、決定すること。

- ア. 表4 1ページ×1枠
- イ. 中面 1/3ページ
- ウ. 中面 1/4ページ

※ ア・ウは純広告、イ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。

※ 広告営業は原則、発注者が行うこととする。

## 6. 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、キャンペーン結果等
  - 情報誌(ウェブ):PV数、セッション数、ページ毎のアクセスランキング等
  - 情報誌(紙媒体):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5年3月31日(金)
- ④ 提出先:一般社団法人埼玉県物産観光協会 DMO推進課

## 7. 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

## 8. 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 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。
- 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 SNS・情報誌(ウェブ、紙媒体)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。埼玉県の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。
- ⑤ 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。
- ⑥ 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。