

## SNS(日本語版・多言語版)による情報発信事業業務委託 仕様書

### 1. 業務名

SNS(日本語版・多言語版)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をツールとして、各アカウントのターゲットとなるユーザーに対し魅力的に発信・紹介する。これにより、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

契約日から令和6年3月31日(日)までの期間とする。

### 4. 委託業務内容

#### 【概要】

現在(一社)埼玉県物産観光協会(以下「発注者」という)が運営している日本語版SNS及び、令和5年4月以降に埼玉県から移管される予定の多言語版SNSに関わる業務を行う。

尚、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。

#### ▼運用対象のSNS

アカウント	ターゲット	媒体	URL	ユーザー数
ちよこたび埼玉観光情報局	日本	Facebook	<a href="https://www.facebook.com/tabichoco">https://www.facebook.com/tabichoco</a>	1.5 万人
ちよこたび埼玉観光情報局	日本	Instagram	<a href="https://www.instagram.com/saitamakanoko/">https://www.instagram.com/saitamakanoko/</a>	1.3 万人
ちよこたび埼玉観光情報局	日本	Twitter	<a href="https://twitter.com/saitamakanko">https://twitter.com/saitamakanko</a>	2.4 万人
Saitama JAPAN Just North of Tokyo	英語圏	Facebook	<a href="https://www.facebook.com/saitamajan.en">https://www.facebook.com/saitamajan.en</a>	6.9 万人
日本埼玉縣東京北邊	台湾	Facebook	<a href="https://www.facebook.com/saitamajan.zhtw">https://www.facebook.com/saitamajan.zhtw</a>	3 万人
日本埼玉縣東京北邊 hk	香港	Facebook	<a href="https://www.facebook.com/saitamajan.zhkh">https://www.facebook.com/saitamajan.zhkh</a>	2 万人

Saitama JAPAN Just North of Tokyo - th	タイ	Facebook	<a href="https://www.facebook.com/saitamajapan.th">https://www.facebook.com/saitamajapan.th</a>	3.8 万人
Saitama Prefecture Tourism Bureau	英語圏	Instagram	<a href="https://www.instagram.com/saitamajapan.official/">https://www.instagram.com/saitamajapan.official/</a>	1962人

## 【詳細】

### ①日本語版SNSの運用

#### (1)記事の作成

ア 受託者は、取材等に基づき写真の収集及び原稿の作成を行い、投稿前に発注者の確認を受けること。なお、記事製作にあたっては受託者が責任をもって、各観光施設に事実確認を行うこと。

イ 投稿する観光素材は、「絶景・グルメ・イベント・人・歴史」等、埼玉県への観光の目的となりうる素材を選定し、「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。また、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。多言語版SNSで投稿した記事の中で、日本語版SNSでも発信することが効果的なものについては、記事内容を流用することを妨げない。

ウ 月1回以上の取材、撮影を行うこと。

エ 体験の様子など、動的な素材については積極的に動画を撮影し、月2回以上15～30秒の動画を投稿すること。

オ 記事の対象とする観光施設は発注者と協議の上、決定すること。

カ 閲覧数を増加させるための効果的なハッシュタグを10個程度作成すること。そのうち、「#ちょこたび埼玉」「#埼玉さんぽ」は固定とする。

キ 投稿内容、取材先、掲載スケジュール、原稿提出期限等については、別途発注者と協議の上、決定すること。

ク 受託者は、投稿日の10日前までに投稿記事を発注者に提出すること。

#### (2)記事の投稿

ア 投稿回数は、各アカウントで週2回以上投稿すること。(現状は月・金の2回投稿)

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。

イ 不適切な投稿があった場合は発注者と協議の上、適切な対応を行うこと。

#### (3)ターゲット

ア 埼玉県民、首都圏(1都2県)住民を主な対象とし、各アカウント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。

・Facebook: ファミリー層

・Instagram: F1層、ファミリー層

・Twitter: 若年層

【参考：各アカウントのフォロワー数(令和5年2月8日現在)】

・Instagram:年齢層 25-34歳(19%)35-44歳(28%)45-54歳(29%)

性別:女性48%、男性:52%

・Facebook:年齢層 25-34歳(10%)35-44歳(20%)45-54歳(29%)

性別:女性40%、男性:60%

#### (4)キャンペーンの実施

- ア 埼玉県の魅力を広く発信するための効果的なキャンペーンを、1回以上行うこと。
- イ キャンペーンは、ユーザー参加型で、アカウントのフォロワー数増加につながる内容とすること。
- ウ 企画提案には、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も提案すること。
- エ キャンペーンの詳細については、発注者と協議の上決定すること。
- オ 当選者に対して、埼玉県ならではの特産品や伝統工芸品、体験型コンテンツ等を賞品として用意すること。
- カ キャンペーンのマインビジュアル、その他広報媒体を作成すること。

#### ②多言語版SNSの運用

##### (1)Facebookの記事の作成・翻訳

- ア 記事の対象とする観光施設は発注者と協議の上、決定すること。
- イ 受託者は、取材等に基づき写真の収集及び原稿の作成を行い、投稿前に発注者の確認を受けること。なお、記事製作にあたっては受託者が責任をもって、各観光施設に事実確認を行うこと。
- ウ 原稿は日本語から各アカウントの投稿言語へ翻訳すること(原稿が日本語以外の場合は日本語に翻訳したものを県の確認用として用意すること)とするが、ターゲット国・地域の嗜好に合わせた表現にすること。また、翻訳後は各言語のネイティブチェックを行うこと。日本語版SNSで投稿した記事の中で、多言語版SNSでも発信することが効果的なものについては、記事内容を流用することを妨げない。
- エ Facebookの各アカウントの1投稿あたりの原稿の文字数は日本語で300~500字程度、写真の枚数は、4枚程度とすること。なお、事業を実施する中で、上述の文字数以外の方が効果的と判断した場合は、発注者と協議の上、適宜文字数等を変更することも可能とする。
- オ 毎月1か月前には記事の候補案を提示すること。なお、原稿提出期限等については、別途発注者と協議の上、決定すること。
- カ 必要に応じて、発注者が別途実施する事業(埼玉観光サポートデスク(仮称)設置・運営事業等)の受託者や県内観光事業者と連携・調整を行うこと。

##### (2)記事の投稿

- ア Facebookの投稿回数は、各アカウントで原則週2回、計100記事以上投稿することとし、うち12記事以上(月に1回以上)は、ターゲット国・地域独自の記事を各アカウントで作成、投稿すること。

イ Instagram については、英語版 Facebook の投稿記事より特にフォロワー増加等が見込める記事を選定し、原則週に1回以上、文字数を適宜調整して投稿すること。

URL <https://www.instagram.com/saitamajapan.official/>

ウ 投稿に対するコメントがあった場合は、各アカウントのネイティブが返信を行うこと。また、必要に応じて発注者と協議の上、返信すること。

エ 不適切な投稿があった場合は発注者と協議の上、適切な対応を行うこと。

### (3)認知度向上

ア 企画提案にあたっては、各アカウントの投稿記事数(ターゲット国・地域独自の記事本数含む)及びフォロワー増加目標数、エンゲージメント率目標数(平均10%以上)を設定し、その達成に向け広告等も含めた具体的な実施計画を示すこと。なお、目標設定にあたっては、令和5年4月1日現在のフォロワー数よりも以下の目標値以上増加させる数を設定すること。

【参考:各アカウントのフォロワー数(令和5年2月8日現在)及び目標値】

・Facebook 英語版 69,000 人 目標値 6,000フォロワー増加

・Facebook 繁体字版(台湾向け) 30,000 人 目標値 4,000フォロワー増加

・Facebook 繁体字版(香港向け) 20,000 人 目標値 2,000フォロワー増加

・Facebook タイ語版 38,000 人 目標値 4,000フォロワー増加

イ 広告等実施の提案にあたっては、各アカウントのフォロワーや投稿記事のいいね数を増加させるための効果的な手法を示すこと。その際、広告等を実施する対象の国・地域についても示すこと。なお、英語版については、欧米豪をターゲットとして想定することとする。

ウ その他、フォロワーを増加させるための独自提案などがあれば提案すること。

エ Instagram については、発注者からのフォロワー増加目標数は提示しないが、企画提案にあたっては、増加目標数等を明示すること。

オ 広告等実施にあたってのスケジュールや内容等については、「5」のデータ解析の結果も踏まえながら、別途発注者と協議の上、決定すること。

## 5. データ解析及びレポート提出

### (1)目標設定と効果測定

ア 受託者は、本事業の受託後速やかに運営目(リーチ数、保存数、フォロワー数等)と目標達成計画を発注者と協議の上決定し、受託期間中は達成に向けた施策を実施すること。

イ 投稿やページ閲覧者、広告掲載の影響に関する各アカウントのデータ解析を行い、レポートを提出すること。

ウ 「イ」結果に基づき、記事内容や配信方法について改善を行い、リーチ数やフォロワー数の増加を目指す。

エ レポート提出は月毎とし、翌月15日(3月分については令和6年3月29日(金))までに提出すること。

## (2) 成果報告書の提出

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。

### ア 提出物

- ・事業実施報告書 部数 5部  
※報告書等の内容に当たっては、事前に県の承認を受けること。
- ・電子データ(報告書を記録した電子媒体)
- ・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  
※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。

### イ 項目

- ・各アカウントのリーチ数やフォロワー数等の推移含めた結果及び考察
- ・ユーザーアンケート回収結果(日本語版SNSのみ)
- ・キャンペーン結果(日本語版SNSのみ)
- ・次年度に向けた改善案等

### ウ 提出期限

令和6年3月29日(金)

### エ 提出先

埼玉県さいたま市大宮区桜木町1-7-5 ソニックシティビル5F  
一般社団法人埼玉県物産観光協会 DMO推進課

## 6. その他

- (1) 事業の遂行に当たっては、提案内容に基づき発注者と調整を図りつつ進めるものとする。
- (2) 発注者と綿密な打ち合わせを随時行う体制を整備するものとする。
- (3) 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。
- (4) 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。
- (5) 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。
- (6) 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。
- (7) 投稿に使用した写真、イラスト、デザインの著作権は、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には、受託者と協議・承諾等を要するものとする。
- (8) 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。

- (9) 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。
- (10) 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。
- (11) 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県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。
- (12) 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。
- (13) 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。
- (14) 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。
- (15) 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。