

令和8年度埼玉県公式 Instagram「埼玉わっしょい」運用支援業務委託

仕 様 書

- この仕様書は、企画提案書作成用である。
- 企画提案競技後、埼玉県は契約先候補者と協議を行い、協議が整った場合は仕様書を契約先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。

第1 委託業務名

令和8年度埼玉県公式 Instagram「埼玉わっしょい」運用支援業務

第2 契約期間

契約締結日から令和9年3月19日まで

第3 業務の目的

(1) 現状

埼玉県では、恵まれた自然条件と大消費地である首都圏の中央にある産地という「地の利」を生かし、野菜、米、麦、花き、果樹、畜産など多彩な農業生産が行われている。

本県では、これら多彩な県産農産物の魅力をより広く伝えるため、各種広報媒体やイベント等を通じてPRに取り組んでいる。その中で、Instagramを活用した情報発信にも積極的に取り組んでおり、平成29年度から県産農産物のPRを目的とした「埼玉わっしょい大使（令和8年度からは「広報アンバサダー」に名称変更）」を任命し、旬の農産物に関する情報や、地域の農産物に関するイベント情報などについて発信している。

埼玉県産農産物の認知度、魅力向上のためには、さらなるPRが必要であり、Instagram等SNSを活用した効果的な情報発信が重要である。

(2) 本業務の狙い

本業務は、埼玉県公式 Instagram アカウント「埼玉わっしょい」（以下、「埼玉わっしょい」）および本県が任命した「広報アンバサダー」のうち農産物に関する情報発信を行う者に対して、フォロワー数やインプレッション数を安定的に増加させるための支援を行い、埼玉県産農産物に関する情報をより広く発信することで、本県農業の魅力を高めることを目的とする。

第4 概要

(1) 埼玉県公式アカウント「埼玉わっしょい」

・「埼玉わっしょい」は埼玉県庁農林部農業ビジネス支援課が管理・運営をしているアカウントであり、埼玉県産農産物に関する情報発信を目的としている。

アカウントURL：https://www.instagram.com/saitama_wassyoi/

・フォロワー数は年々増加しており、令和8年2月末時点で約15,400フォロワーとなっている。投稿数も年々増加しており、令和7年度は200投稿以上発信を行っている。

【「埼玉わっしょい」のインサイトデータ】

年度	フォロワー数	リーチ数	インプレッション数	投稿数
R2	1,965	63,703	82,092	72
R3	3,038	36,468	129,641	85
R4	3,652	470,982	1,079,855	98
R5	8,085	136,682	511,165	169
R6	11,584	296,554	967,873	191
R7	15,419	279,375	1,678,734	219

※フォロワー数は年度の延べ数、リーチ数、インプレッション数、投稿数は年度内の合計

※R7はR8. 2月末時点までの数値

(2) 運用方法

- ・ 「埼玉わっしょい」は県職員による投稿の他、本県が任命している5名の「埼玉わっしょい大使」との共同投稿により情報発信を行っている。
- ・ 県職員による投稿は事業の取組紹介、農産物のPR、イベント情報の紹介まで多岐にわたっている。また、5名の「埼玉わっしょい大使」もそれぞれの得意な方法や視点で県産農産物のPRとなるような情報発信を行っている。
- ・ 県職員による単独の投稿と「埼玉わっしょい大使」との共同投稿の割合は概ね3：7となっており、「埼玉わっしょい大使」との共同投稿の割合がやや多い。
- ・ 共同投稿を行う際は、大使から事前に案を提出し、県のチェックを受けてから共同投稿を行っているため、概ね1～2営業日かけて投稿を行っている。

(3) 埼玉わっしょい大使

- ・ 平成29年度に県内大学生からの政策提言を採用し、県内大学生を「埼玉わっしょい大使」として任命し、Instagramを活用した情報発信を開始した。その後、令和2年度からは一般公募による募集を行い、毎年5名の大使を任命している（任命期間は1年（6月～翌年5月）とし、毎年選定を行っている）。

- ・ 活動の内容は、県産農産物のPRとなるような投稿を月に1度以上、「埼玉わっしょい」と連携して共同投稿を行っている。また、月に1度程度、生産現場や直売所等への取材も行い、本県農業の特長や魅力を深掘りした情報発信を行っている。
- ・ 令和8年度からは本県広報課の取組である広報アンバサダーと名称を統一し、広報アンバサダーのうち、農産物をPRするメンバーを数名任命する形で活動を継続する予定である（以下、「埼玉わっしょい大使」は「広報アンバサダー」と記載）。

(4) プレゼントキャンペーン

- ・ 埼玉県産農産物の認知度向上、購入意欲の促進を目的とした、プレゼントキャンペーンを年に3回程度 Instagram 上で実施し、幅広い対象に埼玉県産農産物の魅力を情報発信している。
- ・ 令和7年度はアカウントのフォローとコメントをした方を対象としたプレゼントキャンペーンを実施した。過去には、フォローに加えて埼玉県産農産物や埼玉県産農産物を使用したスイーツを購入し、投稿することを参加条件にしたキャンペーン等も実施した。
- ・ プレゼントキャンペーンはフォロワー数増加に大きく貢献しており、直近2年間では、1回のキャンペーンで約600~1400フォロワー増加をしている。
- ・ 過去のキャンペーンについては下記URLを参照。
 - 埼玉いちご巡り 2026 開催記念！！プレゼントキャンペーン（令和8年1月）
https://www.instagram.com/p/DThjaZciVi-/?img_index=1
 - 埼玉わっしょい大使おすすめ！プレゼントキャンペーン（令和7年11月）
https://www.instagram.com/p/DQe1WQeD49n/?img_index=1
 - 日本一の梨「彩玉」が当たるプレゼントキャンペーン（令和7年7月）
https://www.instagram.com/p/DMHZIOwvuDw/?img_index=1
 - 埼玉県産農産物スイーツキャンペーン（令和5年11月）
https://www.instagram.com/p/Cy0VJGYr3cT/?img_index=1
 - 埼玉県産農産物応援キャンペーン（令和4年10月）
https://www.instagram.com/p/CjprUpUJOHQ/?img_index=1

(5) 目指す方向性

- ・ 現在の運用方法は、複数の投稿者が各自のスタイルで共同投稿を行っているため、発信回数は多いものの、投稿にまとまりがなく、情報の受け取り手側からするとわかりにくい投稿となっている。一方、「広報アンバサダー」それぞれの投稿スタイルを本県側に統一することも「広報アンバサダー」のスタイルを崩すことに繋がるため難しい。可能な範囲で「埼玉わっしょい」アカウントとしてのスタイルを確立し、埼玉県産農産物の魅力を伝わりやすくなるような改善を図る。

- ・ プレゼントキャンペーンによってフォロワー数は年々増加傾向にあるものの、プレゼントキャンペーン実施月以外のフォロワー数増加は鈍い。キャンペーン実施月以外の投稿においてもフォロワー数が増加するような工夫や発信を行い、県産農産物の情報をより多くの方に届けられるような改善を図る。

第5 業務内容

(1) 「埼玉わっしょい」アカウント運用支援

ア 現状整理、課題の洗い出し

- ・ 「埼玉わっしょい」アカウントの現状整理および課題の洗い出しを行い、フォロワー数、インプレッション数増加、エンゲージメント率の向上など本アカウントの運用改善につながる提案を行うこと。
- ・ 「埼玉わっしょい」が埼玉県産農産物に関する情報のみを発信するアカウントであり、特定の分野に特化した情報を発信していることも考慮したうえで、類似の事例等も交えて検討すること。
- ・ 職員が投稿する際に、効果的かつ投稿作成時間の削減に繋がる、具体的な投稿フォーマットやテンプレートの作成を支援すること。その際には「広報アンバサダー」との共同投稿のデザインやスタイルとのバランス等を見て、テンプレート等を作成すること。
- ・ 具体的なフォロワー数、インプレッション数、エンゲージメント率の達成目標など、期間中の目標値を設定し、達成に向けた取組提案を行うこと。

イ 投稿への助言

- ・ 県職員および広報アンバサダーが作成した投稿について、随時助言を行うとともに、助言を求められた際にはフォロワー数、インプレッション数やエンゲージメント率を高めるための工夫を随時提案すること。
- ・ Instagram のアルゴリズムやトレンドを考慮し、変化する時流に合った投稿、情報発信となるためのサポートを行うこと。

ウ 投稿の分析と月次報告

- ・ 受託者は本県の投稿について、フォロワーの属性やインプレッション数、リーチ数、エンゲージメント率等を分析し、投稿による効果を検証すること。
- ・ 検証結果については月単位で取りまとめ、原則として翌月の10日までに前月投稿分の実績を報告し、翌月以降の投稿の参考となるよう助言すること。
- ・ 月次報告の他、本県からの求めがあるときや、受託者が特に必要性があると認める場合は、随時分析結果の報告やそれに基づく助言等を行うこと。

(2) プレゼントキャンペーンの企画運営

- ・ 県産農産物の認知度向上、購入意欲の促進を目的とした、プレゼントキャンペーン

を年3回（8月、11月、1月を想定）程度実施すること。

- ・ その時期に適した旬の農産物や、本県が必要であると判断した農産物をプレゼントに用いること（8月は梨、ぶどう等の果物、11月は野菜等、1月はいちごを想定）。
- ・ 企画提案、投稿作成、当選者選定、商品発送等、キャンペーンにかかる一連の業務は、県と十分に協議した上で受託者が行うこと。
- ・ 商品代、送料等の費用については受託者が負担すること。
- ・ キャンペーンの実施による一時的な取組でなく、増加したフォロワーが継続的に投稿を閲覧するような工夫も実施すること。
- ・ 実施効果について、キャンペーン終了後フィードバックを行うこと。

（3）なりすましの発生等危機管理対応

- ・ なりすましアカウント等危機管理上必要になる事項について、発生を覚地し次第本県に報告するとともに、速やかに対処できるような措置を提案すること。

（4）フィードバック

- ・ 本事業の効果を検証するため、アカウント運用支援及びプレゼントキャンペーンの企画運営の具体的内容および成果、効果検証および今後の課題等について記載した報告書を作成し提出すること。

（5）自由提案

- ・ 本事業の目的を達成するため、予算の範囲内で上記に含まれない企画等（キャンペーンや農産物PR動画の企画又は作成など）がある場合は、積極的に提案すること。

第6 その他共通項目

- ・ 本事業の実施に起因してトラブル等が発生した場合、適宜本県と情報共有当を行い、受託者は誠意をもって、当該トラブル等の解決に向けて必要な対応を行うこと。
- ・ 本県と綿密に連絡調整しながら業務を実施するとともに、打合せ後には速やかに議事要旨を作成し、県に提出すること。
- ・ 本業務に関わる責任者及び担当者は、本業務の趣旨や内容を十分に理解し、業務遂行に必要な知識と経験を有する人員を配置すること。また、業務の準備・実施に必要な人員を確保・配置すること。
- ・ 実施内容の詳細については、提案内容を基本にしつつ、本県の意向を踏まえ協議・調整を行った上で決定するものとする。また、本業務の遂行に当たって、契約書及び仕様書に定めのない事項や細部の業務内容、疑義が生じた場合等については、本県と協議の上で取扱いを決定することとする。

第7 成果物に関する権利の帰属等

- 本件受託において、著作権、肖像権等の取扱いには十分注意すること。
- 本業務の履行に伴い発生する成果物等に対する著作権（著作権法（昭和45年法律第48号）第27条及び第28条に規定する権利を含む。）は、全て県に帰属する。また、受託者は、本業務の履行に伴い発生する成果物等に対する著作者人格権を行使しないものとする。
- 本業務の履行に際して、映像、イラスト、写真等について第三者が権利を有するものを使用する場合、第三者との間で発生する著作権その他知的財産権に関する手続や使用料等の負担と責任は全て受託者が負うこと。
- 受託者が保有している著作物、ノウハウ、技術等に関する権利については、受託者に留保されるものとするが、本業務の目的に必要な範囲内で、無償かつ非独占的な利用を許諾すること。
- 本業務でテンプレート等を制作する場合は、本業務完了後においても、本県が継続して使用できるよう、肖像権等の権利関係の許諾や追加費用が発生しないものとする。
- 受託者は、本業務で制作する著作物が第三者の著作権、プライバシー権、名誉権、パブリシティ権その他いかなる権利をも侵害しないことを保証すること。万一、著作物に関して、第三者から権利の主張、異議、苦情、対価の請求、損害賠償の請求等がなされた場合、受託者は自らの責任と費用負担においてこれを処理解決するものとし、本県に一切の迷惑損害を及ぼさないものとする。