

## 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（以下「県」という。）は委託候補者と協議を行い、協議が整った場合は仕様書を委託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。

### 1 委託業務名

令和8年度県政情報プロモーション業務

### 2 委託期間

契約日から令和9年3月31日（水）

### 3 背景（現状と課題）

県では、ホームページやSNS、テレビ・ラジオ番組、広報紙「彩の国だより」など、さまざまな媒体を活用して情報発信に努めている。しかしながら、これらの媒体は利用・購読年齢層に偏りがあることから、情報が十分に行き届いていないという課題がある。

特に従来の媒体では届きにくい、若年・ファミリー層などの県民に対し、しっかりと届ける必要がある。

### 4 目的

商業施設や交通機関など、県民の日常生活における「ついで」動線上に設置されたデジタルサイネージは、これまで県政情報が行き届きづらかった若年・ファミリー層などに効果的であることから、各種サイネージにより県内外に広く発信する。また、発信後にデジタルサイネージによる広報の効果を検証する。

各課が個別に行っている広報を集約することで、「埼玉県からのお知らせ」として統一されたブランド力を構築し、効果的かつ効率的な情報発信を行うとともに、その効果を検証するものである。

### 5 業務の概要

#### （1）デジタルサイネージ広報事業業務

県が指定する4つの事業の動画を制作し、デジタルサイネージを活用して、若年・ファミリー層や県外者などのターゲットに届く的確な広報活動を実施する。また、デジタルサイネージでの放映前後の効果検証を行い、その結果を報告すること。

#### ア 動画制作本数

4本（1本当たりの動画の長さは15秒とする。）

#### イ 動画制作対象事業

（ア）埼玉県の魅力（担当課：県民生活部県民広聴課）

- (イ) 埼玉県への移住（担当課：企画財政部地域政策課）
- (ウ) 男性のDV被害（担当課：県民生活部人権・男女共同参画課）
- (エ) 埼玉県バーチャルユースセンター（担当課：県民生活部青少年課）

## ウ 広報媒体・放映時期

以下のデジタルサイネージで配信すること。配信期間はいずれも8月の2週間、同時期とする。なお、各デジタルサイネージ媒体の調達、手配、入稿手続きに関する一切の業務は、受託者が行うこと。

### (ア) 電車内ビジョンによる広報（2事業）

上記イ（ア）及び（イ）の動画を都内在住の20～40代の子育て世代を主なターゲットとし、当該世代の利用が特に多い電車の車内ビジョンを活用した広報を行うこと。主に都内で運行している複数路線での電車内ビジョンとし、電車の路線の選択は受託者が行うこと。

### (イ) 駅前大型ビジョンによる広報（4事業）

上記イ（ア）～（エ）の動画を埼玉県民及び県外者が利用する駅前大型ビジョンで広報を行うこと。

### (ウ) コンビニエンスストア店内のデジタルサイネージによる広報（2事業）

上記イ（ウ）および（エ）の動画について、県内500店舗以上のコンビニエンスストア店内に設置されたデジタルサイネージを活用し、広報を行うこと。AIカメラを搭載したデジタルサイネージを利用し、同カメラによる視認者解析も併せて活用するものとする。コンビニエンスストアの選択は受託者が行うこと。

### (エ) その他媒体による広報活動（任意）

その他、本事業において効果が見込まれる媒体がある場合、独自提案すること。この場合、当該事業に係る費用が本事業予算範囲内にすること。

## エ 効果検証

上記ウに示す各媒体について効果検証を行うため、デジタルサイネージでの放映前後の事業認知度を比較するインターネットアンケート調査を実施すること。また、上記イで制作する各事業動画について、媒体ごとの特性と相性を分析し、動画ごとにどの媒体で最も高い効果が期待できるかを明らかにするとともに、効果の薄い媒体があった場合について原因を分析すること。

本事業の広報活動が認知度向上にどの程度寄与したかについて、デジタルサイネージでの放映前後の比較により定量的に検証するとともに、媒体別の効果やターゲット層への情報到達状況を、統計的に有意なサンプル数に基づき分析すること。あわせて、クロス集計や要因推定等の手法を用いて、特に効果が高かった・低かった媒体や、属性別にみた特徴を明らかにし、その結果を報告すること。

また、認知度比較調査における算出方法およびその根拠について提案を行うこと。

### (2) 電車内ビジョン広報事業業務

県が指定する事業の動画を制作し、埼玉高速鉄道（以下SRという。）の車内ビジョンを活用した広報活動の実施及び車内ビジョン放映前後の効果検証を行い、その結果を報告すること。効果検証の算出方法・根拠を提案すること。

#### ア 放映本数

12本（1本あたりの動画の長さは15秒とする。）

このうち、5（1）で制作する4本の動画を放映することを想定している。なお、放映時期については、動画内容に応じて適宜調整するものとする。

#### イ 動画制作本数

8本以上（1本あたりの動画の長さは15秒とする。）

これらの動画は、新規制作に加え、既存動画の再編集によるものを含めて構成するものとし、各事業の内容に応じて制作方法を適宜調整する。

#### ウ 広報媒体・放映時期

SRの車内ビジョンで9月～2月上旬まで毎月2本ずつ放映。

#### エ 効果検証

車内ビジョン放映前後の認知度を比較するインターネットアンケート調査を実施すること。また、長期間放映したことによる効果、コスト面等の比較検証も併せて行うこと。なお、効果検証における算出方法及びその根拠については、提案を行うこと。

### 6 動画構成イメージ

本事業において制作する動画は、以下の点を留意し制作すること。動画イメージについて提案すること。

- (1) デザイン・トーン・構成要素を統一することで一貫性のある映像展開とすること。
- (2) 県の事業であることが明確に分かるよう配慮すること。動画のオープニング又はエンディングに「彩の国 埼玉県」、埼玉県の県章、コバトンなど埼玉県のブランドイメージの向上につながる表現を盛り込んだ要素を挿入すること。動画のオープニング又はエンディングのイメージ提案を行うこと。
- (3) 想定するターゲット層の関心・行動特性を踏まえた内容構成とし、15秒でメッセージが直感的に伝わる表現とすること。
- (4) デジタルサイネージでの放映を前提とし、音声に依存することなく伝わるような視認性の高い構成、短時間でも理解可能な情報量、繰り返し視聴されることを想定した設計とすること。一方で、音声放映が可能な広報媒体においては、デジタルサイネージを見なくても効果的にメッセージが伝わるような音声を設計すること。
- (5) 制作する動画はウェブアクセシビリティに準拠したものとすること。

### 7 業務スケジュール及び業務従事者

内容	日程
公告	令和8年4月1日（水）

質問事項受付開始	令和8年4月1日(水)
質問事項受付期限	令和8年4月8日(水) 15時まで
質問事項への回答	令和8年4月15日(水)
企画提案参加希望書の提出期限	令和8年4月22日(水) 17時まで
資格確認結果通知	令和8年4月28日(火)
企画提案書の提出期限	令和8年5月12日(火) 正午まで
第一次審査(書類審査)	令和8年5月13日(水)～20日(水)
第二次審査(プレゼンテーション審査)	令和8年5月下旬(1日)
選考結果発表・契約	第二次審査後速やかに
打合せ、動画制作	令和8年6月～
デジタルサイネージ広報発信(4本の動画放映・2週間)効果検証	広報発信 令和8年8月 効果検証 令和8年10月
電車内ビジョン広報発信(動画制作・SRで12本の動画放映)	令和8年9月～令和9年2月
電車内ビジョン広報事業効果検証	令和9年3月

- (1) 月1回以上オンライン又は対面による進捗会議を行い、議事録を作成すること。動画制作にあたり、各事業の県担当課と制作スケジュールや動画内容等について調整を行うこと。
- (2) 全体業務スケジュールは企画提案書提出時点で初稿を提示し、契約後に県と調整のうえ最終版を決定すること。
- (3) 本委託業務に従事する者について、業務管理、関係者との連絡調整、原稿執筆、デザイン監修など業務従事体制とそれぞれの役割を事前に県に報告すること。

## 8 動画制作業務の内容

- (1) 動画制作にあたり既存の動画ファイル(mp4等)、画像ファイル(ai、jpg、png又はpsd等)、参考資料(PDF、パワーポイント、ワード等)を提供予定である。提供する素材は動画制作対象事業により異なる。県側とコンセプト等について意見交換を行いながら動画を制作すること。
- (2) 動画サイズについて、16:9を基本とするが、各媒体の入稿の仕方に準拠すること。なお、納品の前に広報課及び各担当課に事前の監修を受けること(校正回数は定めない)。

## 9 実施結果報告書

受託者は、県へ業務完了報告書を提出するときは、これに併せて本事業の具体的内容及び成果等について記載した実施結果報告書を作成し提出すること。5(1)エ及び5(2)エの効果検証を踏まえ、数値等により具体的かつ客観的に示すこと。さらに、広報課が一括して発注したことによる費用対評価を実績値で把握するとともに以下の事項について

も報告書に記載すること。

- (1) 認知度比較調査に関する調査結果
- (2) 行動変容の状況及びその分析
- (3) 調査設計書（方法・期間・対象・サンプル数など）
- (4) 収集したデータの生データ（CSV等）
- (5) 分析レポート
- (6) 媒体別の比較結果
- (7) 改善提案（放映方法、放映動画の種類等）
- (8) 必要に応じた写真・動画等の記録資料

## 10 成果物

### (1) 成果物一覧

	成果物	納期	提出先	提出 ファイル形式
1	動画	<ul style="list-style-type: none"> <li>・デジタルサイネージ広報事業業務 各放映媒体への素材提出期日の概ね1週間程度前を目安とし、県と協議のうえ決定する。</li> <li>・電車内ビジョン広報事業業務 各事業の放映時期の1か月前。</li> </ul>	各サイネージ媒体提供者及び県	動画データ（mov及びmp4）、記録媒体（DVD）及び編集可能な形式（Adobe Premiere Proなど）
2	オープニング及びエンディング	令和8年8月中旬。	県	動画データ（mov及びmp4）、記録媒体（DVD）及び編集可能な形式（Adobe Premiere Proなど）
3	進捗会議議事録	進捗会議終了後概ね1週間後まで	県	PDF及びWindows Office365で表示可能な形式
4	効果検証	<ul style="list-style-type: none"> <li>・デジタルサイネージ広報事業業務 令和8年10月末。</li> <li>・電車内ビジョン広報事業業務 令和9年3月末。</li> </ul>	県	PDF及びWindows Office365で表示可能な形式
5	実施結果報告書	令和9年3月末。	県	PDF及びWindows Office365で表示

				可能な形式
6	業務従事体制	契約後速やかに。	県	PDF 及び Windows Office365 で表示可能な形式
7	全体業務スケジュール	契約後速やかに。	県	PDF 及び Windows Office365 で表示可能な形式

納期は契約後県と調整のうえ最終決定する。また、受託者は各サイネージ媒体提供者に対し直接入稿すること。

## (2) 成果物に関する権利の帰属

- ア 本業務に使用する映像、イラスト、写真等の中で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きや使用料等の負担と責任は全て受託者が負うこと。
- イ 本業務の成果物等に関する著作権（著作権法第27条及び第28条に規定する権利を含む。）は、原則として全て県に帰属するものとする。
- ウ 成果物は、委託者が自由に二次利用（加工、県公式 SNS や YouTube への掲載等）できるものとする。

### 1.1 留意事項

- (1) 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。
- (2) 受託者は、本業務に関わる者の人事管理について一切の責任を負う。
- (3) 受託者は、本業務に関わる者に対し安全衛生及びその他業務上必要な事項についての指導・教育を徹底する。
- (4) 受託者は、本業務において配置したすべての者に関して、県及び外部関係者等により当人の適性に疑義が呈された場合、改善に向けて必要な措置を講じること。
- (5) 受託者及び本業務に関わる者は、職務上知り得た秘密を漏らしてはならない。また、本業務終了後も同様とする。
- (6) 本業務を通じて取り扱う個人情報については、個人情報の保護に関する法律（平成15年法律第57号）に基づき、適正に取り扱うこと。
- (7) 本業務にかかる経費は、本仕様書において県が負担する又は無償とする旨の記載がある場合を除き、原則受託者の負担とする。
- (8) 本業務の実施における危機管理体制（緊急連絡網等）については、本業務開始時に県へ報告する。
- (9) 本業務が完了した際は、作成した資料一式を編纂し、県に提出すること。
- (10) 災害・事故その他不可抗力により遅延が生じる場合は、速やかに県へ報告し協議のうえ対応を決定すること。

- (1 1) 本仕様書に定めるもののほかに疑義が生じた場合はその都度県と協議して決定する。
- (1 2) 本仕様書に定めるもののほか、受託者の企画提案書に記載されている事項についても、適切に履行すること。

## 1 2 委託料の内訳

受託者は、上記5（1）デジタルサイネージ広報事業業務及び上記5（2）電車内ビジョン広報事業業務について、動画制作、広報媒体への掲載（各媒体別）、効果検証及び業務管理費（スケジュール管理、報告書作成等）など本業務に係るすべての費用を明示すること。