

令和8年度埼玉移住広告・SNS プロモーション業務 仕様書(公募用)

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

令和8年度埼玉移住広告・SNS プロモーション業務

2 目的

都心部に在住する 20 代から 40 代の子育て世代に対して、埼玉県を移住先として検討するきっかけづくりのために、「住むなら埼玉」移住ポータルサイトへの誘導を促す Web ターゲティング広告を実施する。

また、埼玉移住の魅力プロモーションする県公式移住 SNS の付加価値を高めるための企画を実施する。

3 期間

契約締結日から令和 9 年 3 月 12 日

4 委託業務内容

(1) Web ターゲティング広告

ア 広告手法の企画

- 移住ポータルサイト(<https://sumunara-saitama.pref.saitama.lg.jp/>)への誘導として効果的かつ効率的な Web 広告手法の企画提案を行う。
- 掲出広告の媒体、配信方法、表示場所、期間、ターゲティング等は、県で定めた条件(「7 企画提案にあたって」を参照)の範囲内で、最も効果的であると考えられる方法を提案する。(掲出媒体は複数でも構わない。)
- 広告掲出による KPI を設定する(クリック数は必須)。
- 最終的な広告手法の決定は、県と協議の上行う。

イ 広告実施・管理

- 広告用の文章・画像データの作成及び入稿作業を行う。
- インプレッション数、クリック数などの管理を行う。なお、設定した KPI 達成後も、予算範囲内で効果が最大となるように実施すること。
- 広告価値毀損問題「アドフラウド」「ビューアビリティ」「ブランドセーフティ」対策を講じる。

- 月ごとに広告掲出目標を立て、結果を県に報告するとともに、目標未達の場合など必要に応じて広告手法を最適化する。

ウ 効果測定

- 実施した広告の分析・効果検証を行うとともに、今後の改善策の提案を行う。

(2) 移住 SNS プロモーション

ア プロモーション手法の企画

- 移住 SNS (Instagram: @saitama_story) の効果的かつ効率的なプロモーション手法の企画提案を行う。
- プロモーションによる KPI を設定する。
- 最終的なプロモーション手法の決定は、県と協議の上行う。

イ プロモーションの実施・管理

- プロモーション業務を行う。

ウ 効果測定

- 実施したプロモーションの分析・効果検証を行うとともに、今後の改善策の提案を行う。

【参考: 本県が想定した例示業務】

- 県への移住者の投稿の集約、再展開
- ハッシュタグキャンペーンによるフォロワー集客、投稿増加
- 住民目線による県の魅力 PR 企画
- 企業とコラボレーションした PR など

(3) 追加提案取組

(1)(2)のほか、本事業効果を高められる効果的な取組を提案し、実施する。

5 KPI (Key Performance Indicators)

下表に掲げる項目に対する KPI は必ず設定するものとし、基準値以上の値を提案すること。また、提案内容に応じた KPI を設定して提案すること。

なお、提案に際しては、各 KPI の設定根拠を明示するとともに、下表以外に設定する KPI を設定する場合にはその設定理由を明示すること。

区分	項目	基準値
(1) Web ターゲティング広告	広告クリック数	100,000 以上
(2) 移住 SNS プロモーション	エンゲージメント数(いいね、保存数)	1,500 以上

6 成果物

(1) 実績報告書(分析・効果検証結果を含む)

(2) 当該業務において作成した画像や動画等のデータ一式

7 企画提案にあたって

(1) 令和8年度に県では、本事業のほか下記の埼玉移住関連事業を行う予定であり、PR 戦略については事業間で連携を行う予定である。

- ア 移住プロモーション動画の配信
- イ AIを活用した移住相談
- ウ 先輩移住者による移住相談
- エ 二地域居住特設ページの開設

(2) Web ターゲティング広告のターゲットは、都心部に在住する 20 代から 40 代の子育て世代であり、移住ポータルサイト(<https://sumunara-saitama.pref.saitama.lg.jp/>)への誘導を図るものとする。

(3) Web ターゲティング広告は 3 回以上行い、かつ合計掲出期間が 12 週間以上となるように行うこと。

(4) Web ターゲティング広告のうち 1 回は、(1)に記載の二地域居住特設ページの公開時期に合わせて実施するものとする。

(5) Web ターゲティング広告の課金方式は、CPM(Cost Per Mille)課金(インプレッション単価)、CPC(Cost Per Click)課金(クリック単価)、その他の方式を選択して提案可能とする。ただし、バナー広告などの CPM 課金型を採用する場合には、vCPM (viewable Cost Per Mille)課金型(ビューアブル・インプレッション単価)が望ましい。

(6) 令和8年3月31日現在の移住ポータルサイトの閲覧等状況は下表のとおりである。

ページビュー数(月平均)	30,442
セッション数(月平均)	19,173
1 セッションあたりページビュー	1.75
トップページ直帰率	49.58%

(7) 令和7年度(令和7年7月11日(金)～令和8年3月13日(金))の本業務における実績は以下のとおりである。

区分	項目	実施数
(1)Web ターゲティング広告	広告クリック数	202,766
(2)移住 SNS プロモーション	エンゲージメント数 (いいね、保存数)	1,863
(3)他メディア配信	PV 数	3,965

(8) 移住 SNS プロモーションにおいては、県アカウント(Instagram, @saitama_story) から最低 10 投稿(フィード又はリール投稿、他アカウントのリポストも含む)を行うものとする。

8 留意事項

本業務を行うに当たって次の各事項に留意すること。

(1) 業務執行体制、業務内容及び事業スケジュール、詳細等を示した実施計画を策定すること。なお、実施する業務内容については、事業者から提案された内容をもとに県と協議の上決定する。

- (2) 本件業務の実施に必要な能力、資格、経験を有する業務責任者および作業者を定めるとともに、業務実施体制を明らかにすること。また受託期間中は、専任の担当者(県との連絡調整担当者)を配置し、常時連絡を取れる体制にすること。
- (3) 業務実施にあたり必要となる一切の経費は受託者の負担とする。
- (4) 委託業務の全部又は一部を他に委託し、又は請け負わせてはならない。ただし、あらかじめ委託者の書面による承認を得た場合は、この限りでない。
- (5) 業務の遂行にあたっては、県と十分協議・連絡をとること。

9 成果物の帰属・個人情報の取り扱い等

- (1) 委託業務における著作権及び肖像権等の取扱いには十分注意すること。なお、著作料が発生する場合は受託者が支払うこととする。
- (2) 委託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。)は原則として全て県に帰属する。ただし、受託者が所有する写真等を使用した場合、当該写真等についてはこの限りではない。
- (3) 受託者が所有する写真・イラスト等を、県が成果物以外に使用する場合には、県と受託者で協議・許諾等を要するものとする。
- (4) 受託者は、県が成果物を使用するにあたり著作者人格権を行使してはならない。
- (5) 本件に使用する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きや使用料等の負担と責任は全て受託者が負うこと。
- (6) 本人の承諾を得ることのできない人物画像については、本人と識別できない程度の修正を行うこと。また、掲載後に肖像権や個人情報に関わる問題が発生した場合は、受託者においてその責めを負うこと。
- (7) 委託業務により得られた個人情報や調査データ等全てについて、本事業の目的以外に使用、流用等をしてはならない。
- (8) 委託業務により得られた個人情報や調査データ等の使用、保存、処分には、機密が保持されるよう細心の注意をもって業務に当たらなければならない。
- (9) 受託者が取り扱う個人情報については、県の保有する個人情報として、個人情報の保護に関する法律(平成 15 年法律第 57 条)の適用を受けるものとする。

10 その他

- (1) この仕様書に定めるもののほか、業務の実施に関し必要な事項は、県及び受託者双方が協議して決定する。
- (2) 県が受託者を決定した後、委託契約に当たり、この仕様書に定めのない事項について疑義が生じた場合は、県及び受託者双方で協議し対応を決定する。