

名水の魅力発信プロモーション事業業務委託 仕様書

1 委託業務の名称

名水の魅力発信プロモーション事業業務委託

2 業務の目的

本県が自然に恵まれ、豊かで良質な水を生み出す「名水の地」であるというイメージを軸に、県内外及び国外に向けて、山梨の「水」の魅力についてSNS等で情報発信することで、山梨の「水」ブランド力を向上させるとともに、山梨という地域そのもののブランド力を向上させ、県経済の活性化や地域・産業の振興につなげることを目的とする。

3 履行期間

契約締結の日から令和8年3月27日（金）

4 業務内容

やまなし「水」ブランドの公式 Instagram (@yamanashi_water) (以下「公式 Instagram」という。) で、山梨の水に関する上質な地域資源の魅力を広くPRするとともに、PR効果を高めるため、公式 Instagram のフォロワーを増やすための企画（以下「フォロワー増加企画」という。）を実施する。

また、国外向けのSNSアカウントを開設して国外への情報発信を行う。

更に、名水の地の魅力を感じられるスポットにインフルエンサー等を招待し、Web上の情報媒体（YouTube、SNS、電子マガジン等）で体験記事を発信してもらうウォーターツーリズム企画や、名水を体感できるグルメや観光コースを掲載したガイドブックの制作・配布を行う。

（1）SNSを活用した地域資源PR業務

ア 公式 Instagram（日本語）の運営管理

- (ア) 公式 Instagram において、画像投稿を24本、リール動画投稿を24本の計48本を基本の数として投稿すること。なお、効果的なPRのための投稿の時期や間隔を鑑み、投稿数に増減が生じる場合は、事前に県と協議をすること。
- (イ) 投稿の期間は履行期間と同様とすること。
- (ウ) 投稿する題材は、山梨県が「名水の地」であることの認知の向上、山梨県への訪問意欲の向上、県産品の購買意欲の向上を主な目的とし、山梨の「水」の魅力や山梨の「水」を育む自然、それらを活用した商品、サービス、取り組み等を選定し、最終的には県と協議して決定すること。
- (エ) 投稿する題材は、県が令和6年度に実施した水に関する意識調査で興味関心の低かった地域資源を含めること。
例示：米、和紙、織物・染め物
- (オ) 題材に沿った記事・画像・動画等の投稿内容を用意し、適切な時期・時間に投稿すること。
- (カ) 1投稿当たりのインプレッション数が400以上（リール動画の場合は再生数400以上）となるような魅力ある投稿内容とすること。

- (キ) 業務終了後、投稿によるフォロワー増加数及び、エンゲージメント率などを含めたPR業務による効果の分析結果を報告すること。

イ 公式 Instagram（日本語）のフォロワー増加企画業務

- (ア) 公式 Instagram のフォロワー増加企画を 1 回実施し、上記アと合わせて、新規フォロワー1,000 アカウント獲得を目標とすること。
- (イ) フォロワー増加企画は、企画参加者に抽選でプレゼントを配布する企画を基本とし、フォロワー増加企画に参加を誘導する広告等も実施すること。
- (ウ) プレゼント商品は県産品とし、主にふるさと納税返礼品の対象となっている商品とすること（プレゼントの調達費及び送料等は委託料に含む）。
- (エ) フォロワー増加企画の広告等においては、Instagram 以外の他の媒体も活用すること。また、広告等にはプレゼント商品が掲載されている EC サイト等（例：納税サイトなど）のリンクを設定すること。
- (オ) 業務終了後、フォロワー増加数及び、広告による企画閲覧数などを含めたフォロワー増加企画による効果の分析結果を報告すること。

ウ 国外向け公式 SNS アカウントの開設及び運営管理

- (ア) 3 か国語（例：英語・中国語（繁体字・簡体字））による SNS アカウントをそれぞれ開設すること。
- (イ) SNS ツール（Instagram、Facebook、ウェイボーなど）は、利用者数が多く、フォロワーやリーチを多く獲得できると考えられるものを選定し、県と協議の上で決定すること。
- (ウ) 投稿は、短編動画記事 24 本を基本の数とし、3 か国語で作成すること。なお、効果的な PR のための投稿の時期や間隔を鑑み、投稿数に増減が生じる場合は、事前に県と協議をすること。
- (エ) 業務終了後、投稿によるフォロワー増加数及び、エンゲージメント率などを含めたPR業務による効果の分析結果を報告すること。

(2) ウォーターツーリズム企画

ア 体験コースの選定

- (ア) 山梨県の持つ水の魅力や山梨の「水」を育む自然、それらを活用した商品、サービス、取り組みを体験できるコースとし、原則 1 泊 2 日の旅程とすること。
- (イ) 各コースには必ず 1 つ以上の水の景観地（滝、溪谷、湖、川など）及び水の体験・アクティビティ（自然サウナ、温泉、SUP、和紙体験など）を含めること。

イ インフルエンサー等の選定

- (ア) 招待するインフルエンサー等は、国内向けの発信者及び国外向けの発信者の 2 名とすること。
- (イ) インフルエンサー等は、自身が有する SNS アカウント等にて体験記事を発信すること。

(3) 観光ガイドブック制作及び配布業務

ア 観光ガイドブック制作

- (ア) 山梨県の持つ水の魅力や山梨の「水」を育む自然、それらを活用した商品、サービス、取り組みなどを体験できる観光コースを紹介するガイドブックを制作すること。
- (イ) 上記（２）のウォーターツーリズム企画で紹介しきれなかったエリアを対象に特集し、来訪者が周遊できるようルートマップを掲載すること。
- (ウ) ガイドブックは、表紙、裏表紙含め８ページ以上、縦Ｂ５サイズ以上、フルカラーとし、１０，０００部制作すること。また、デジタルブック（e-book）に対応すること。
- (エ) 観光コースは富士北麓地域、東部地域、峡中地域、峡北地域、峡東地域、峡南地域の中から３コース程度とすること。
- (オ) １コースで複数地域を紹介することも可とする。
- (カ) １コースは原則１泊２日の旅程とすること。
- (キ) 各コースには必ず１つ以上の水の景観地（滝、溪谷、湖、川など）及び水の体験・アクティビティ（自然サウナ、温泉、SUP、和紙体験など）を含めること。ただし、（２）で紹介する箇所と重複しない箇所を選定すること。
- (ク) ガイドブックには、（１）のＳＮＳの二次元コードを掲載し、ＳＮＳの閲覧に繋げること。

イ 観光ガイドブック配布

- (ア) 高速道路サービスエリア等の４か所以上の配架ラック（リーフレットスタンド等）にて、上記アで作成した観光ガイドブックを配架する手配を行うこと。
 想定配架場所：談合坂サービスエリア（上・下）
 海老名サービスエリア（上・下）
 諏訪湖サービスエリア（上・下） など
 想定配架期間：１か月間程度
- (イ) ただし、企画提案により、より効果的な配布方法や配布場所があると判断される場合は、県と協議の上、配布方法等を変更することができる。

（４）委託業務を行うに当たっての留意点

ア ＳＮＳを活用した地域資源ＰＲ業務

- ・ 投稿内容は、県が事前に確認し、県の実情に即したものに限り投稿することができる。また、投稿内容に不備がある場合は、県の指示に従い必要な修正等を行うこと。
- ・ 公式 Instagram 及び国外向け公式ＳＮＳに投稿する内容は、著作権等の各種権利上の問題がないかを必ず事前に確認し、公開の許可等を要する場合は、受託者が必要な手続きを行うこと。
- ・ 公式 Instagram 及び国外向け公式ＳＮＳに投稿された内容は、県の水ブランド公式 X 及び県ホームページ等でも公開する場合がある（公開は県が行う）。

イ ウォーターツーリズム企画

- ・ インフルエンサー等の選定や発信内容は、県が事前に確認し、県の実情に即した者及び投稿内容とすること。また、投稿内容に不備がある場合は、県の指示に従い必要な修正等を行うこと。

ウ 観光ガイドブック制作・配布業務

- ・ 観光ガイドブックの制作にあたり、著作権等の各種権利に抵触することがないよう留意すること。
- ・ 観光コースは、見開き1ページ毎に1コースの紹介を想定すること。
- ・ 観光ガイドブック配布において、作製した10,000部のうち、6,000部の配布を想定しているが、想定を越えて配布することも可とする。

エ その他

- ・ 上記業務を実施する際には、企画提案の内容をもとに県と協議を行いながら業務を進めること。
- ・ 県と協議を行った際は、協議結果の概要をまとめた議事録を遅滞なく県に提出すること。

5 成果物の納品

(1) 成果図書等

ア 委託業務実績報告書（次の書類及び電子データを含む）

(ア) 投稿した記事等一式（写真及びリール動画の電子データを含む）

(イ) 各事業の結果報告をまとめた書類一式及び業務スケジュール

イ 観光ガイドブック

ウ 観光ガイドブックの電子データ（PSD形式及びPDF形式）

エ 観光ガイドブックのデジタルブック作成のためのデータ（PDF形式）

(2) 納品方法

紙媒体を1部及び電子データをDVD-R等に格納し、提出すること。

電子データのファイル形式は、指定のあるもの以外は山梨県の一人一台パソコンで処理できる形式とする。

(3) 納品場所

山梨県 森林環境部 自然共生推進課

(4) 納期限

- ・ 委託業務完了後、速やかに成果図書等「ア 委託業務実績報告書」を提出すること。
- ・ 成果図書等イ～エについては、業務執行に係る適切な時期に納品すること。

6 著作物の帰属

本業務により制作された動画、観光ガイドブック等の成果物の所有権、著作権及びその他の権利は県に帰属するものとし、県はウェブサイト等に随時使用、加工、複製又は増刷できるものとする。

ただし、成果物に第三者の著作物が含まれている場合、当該著作物（当該著作物を改変したものも含む）の著作権は、従前からの著作権者に帰属するものとする。

7 仕様の変更

本仕様書については、企画提案により、より効果的な手法等があると判断される場合は、受託者と協議の上、変更することがある。

8 その他

本仕様書に定める事項について疑義が生じた場合、または本仕様書に定めのない事項については、必要に応じて協議の上、定めることとする。

9 参考

令和6年度やまなし「水」マーケティング調査業務結果（概要）

https://www.pref.yamanashi.jp/documents/78314/r6_waterbrand_survey_overview.pdf

令和3年度やまなし「水」マーケティング調査業務結果（概要）

https://www.pref.yamanashi.jp/documents/78314/r3_waterbrand_survey_overview.pdf

平成27年度やまなし「水」マーケティング調査業務結果（概要）

https://www.pref.yamanashi.jp/documents/78314/h27_waterbrand_survey_overview.pdf