

令和8年度神奈川県観光情報SNS「Facebook、Instagram、X（旧Twitter）」 運営業務委託仕様書

本委託で取り扱うSNSのアカウントは、神奈川県が保有し、公益社団法人神奈川県観光協会（以下「発注者」という。）が運営する公式アカウントである。

1 委託業務名

令和8年度神奈川県観光情報SNS「Facebook、Instagram、X（旧Twitter）」運営業務委託

2 事業目的

神奈川県では、多様なニーズに応じたきめ細やかな情報発信やプロモーションを行っていくことで、本県の認知度及び訪県意欲の向上を図ることを目指している。

そこで、神奈川県が保有し、発注者が運営する観光情報SNS「Facebook（英語）」アカウント（以下「FB（英）アカウント」という。）や「Facebook（繁体字）」アカウント（以下「FB（繁）アカウント」という。）をはじめ、「Instagram（英語）」アカウント（以下「IGアカウント」という。）及び「X（旧Twitter）（英語）」アカウント（以下「Xアカウント」という。）において、観光地の魅力やイベント情報等の記事を作成及び投稿することにより、神奈川県の認知度向上と外国人観光客の来県促進に寄与していく。また、投稿内容に対するユーザーの反応等を分析し、効果的なプロモーションにつなげる。

3 契約期間

契約締結日から令和9年3月31日（水）まで

4 委託業務内容

本業務は、次に記載する内容に従って実施すること。FB（英）アカウント、FB（繁）アカウント、IGアカウント、Xアカウントの運営管理、記事の作成、投稿、分析を主とする。

(1) 各アカウントの運営管理

ア 神奈川県が有している以下の各アカウントを使用して運営業務を行うこと。

神奈川県から特段の指示がない限り、アカウント情報を変更しないこと。

観光情報SNSの種類	URL
F B (英) アカウント	https://www.facebook.com/kanagawa.tourism.info.english/
F B (繁) アカウント	https://www.facebook.com/kanagawa.tourism.info.tw/
I G アカウント	https://www.instagram.com/tokyo.daytrip_kanagawa/
X アカウント	https://twitter.com/Visit_Kanagawa

イ 受注者は、各アカウントについて少なくとも週1回以上、投稿した記事に対するユーザーのコメント内容を確認し、神奈川県観光情報に関する質問があった場合は、必要に応じて事実関係を確認した上で、コメントに対する返信を行う等、適切な対応を行うこと。また、ユーザーからネガティブなコメントが投稿された場合は、日本語に翻訳したコメント内容を、原則として2営業日以内に電子メールで発注者に報告すること。

ウ 発注者から受注者に対して、ユーザーのコメントを削除するよう指示した場合には、速やかに対応すること。

エ Facebook、Instagram、X（旧 Twitter）のシステム上の不具合等により各アカウントの運営に支障が生じた場合は、受注者は情報収集を行い問題の解決に努めるとともに、発注者に対して随時対応状況を報告すること。

(2) ターゲットユーザー、訴求ポイント

事業開始時点においては、以下のとおり設定するが、投稿記事のエンゲージメント率や発注者及び神奈川県が取得予定の訪日外国人に関する観光データ（観光コンテンツ毎の国籍別人流データ等）、神奈川県観光客実態調査等の結果を踏まえ、発注者と協議の上、訴求ポイントを四半期ごとに見直しを図ることとする。また、英語圏の中でも主要なターゲット国としてアメリカとイギリスを設定する。

SNS	ターゲットユーザー	訴求ポイント
F B (英)	アメリカ、イギリス：25～44歳の訪日関心層。	自然・四季、歴史・文化体験
F B (繁)	台湾：35～44歳の訪日リピーター層	自然・四季、富士山の見える景色
I G	アメリカ、イギリス：25歳～34歳の訪日関心層。	自然・四季、神奈川で味わえる食
X	アメリカ、イギリス：10代～30代の訪日関心層。	季節ごとのイベント情報

(3) 記事作成のための情報収集（各アカウント共通事項）【企画提案事項ア、ウ】

ア ターゲットユーザーの興味や関心を惹くために、神奈川県内の観光体験を具体的にイメージ可能で観光スポットの魅力を十分に伝えられるよう受注者による取材を活用して情報収集をすること。契約期間中に6回以上取材による情報収集を行うこととし、それ以上の取材による情報収集が可能な場合は、提案時に取材による情報収集件数を明示すること。併せて取材スポット案と取材を活用した情報収集による作成記事件数も示すこと。

イ 取材に寄らない情報収集を活用する場合は、掲載施設等のウェブサイトやパンフレット等に掲載されている情報を引用するのみにならないよう留意すること。

ウ ターゲットユーザーの興味や関心を惹くために、神奈川県内の観光体験を具体的にイメージ可能で観光スポットの魅力を十分に伝えられるような訴求力のある画像及び動画の収集に努めること。提案に当たっては、具体的な収集手法を示し、収集画像及び動画のイメージ案を複数記載すること。

エ 原則として、画像及び動画の収集は受注者が実施すること。ただし、発注者が保有する画像を活用することを妨げない。

発注者が保有する画像：「観光かながわNOW」写真素材ダウンロード

URL：<https://www.kanagawa-kankou.or.jp/photo>

オ 収集する情報（記事内容、画像、動画等）について、掲載許可を受注者の責任においてこれを取得することとし、発注者または神奈川県が運営する次のSNSに掲載する可能性があるため、これを前提として掲載許可を取得すること。ただし、掲載施設等の意向により転載が不可能な場合には、当該記事を投稿する前に、発注者へその旨を報告すること。

SNSの種類	URL
① Weibo（簡体字）	http://www.weibo.com/kanagawapref
② RED（簡体字）	https://xhslink.com/m/6n0qM8aEM6F
③ Facebook（ベトナム語）	https://www.facebook.com/kanagawa.tourism.info.vietnamese/
④ Facebook（日本語）	https://www.facebook.com/kanagawa.kankou/?locale=ja_JP

(4) 記事の作成・翻訳

ア 各アカウント共通事項【企画提案事項 (ア) (イ) (ク) (ケ)】

記事作成数の概要は次のとおり。FB（英、繁）アカウントとIGアカウントの発信スポットは重複しても構わないが、見せ方を工夫すること。

SNSの種類	受注者月間 記事作成数		発注者月間 記事提供数 ※1、※2	月間投稿数
FB（英）アカウント	9件	内、契約期間内に12件 動画作成	1～3件※1	12件程度
FB（繁）アカウント	9件		1～3件	12件程度
IGアカウント	9件		1～3件※1	12件程度
Xアカウント		5件程度	随時	5件程度

※1 FB（英、繁）アカウント、IGアカウントは毎月3件程度発注者より記事を提供予定である。

IGアカウントにおいては、受注者は、発注者から提供された記事のうち、画像または記事の品質等を考慮の上、投稿コンテンツを選定することができる。

※2 いずれのアカウントにおいても、発注者が発信すべきと判断した記事（カ）が追加発生する可能性有。

(ア) ターゲットユーザーに対して神奈川県を旅行先として選びたいような訴求力のある記事を作成すること。記事素材は各アカウントで共通のものを使用してもよいが、各ターゲットユーザーの特性に合わせて、表現や画像を工夫すること。年代別の嗜好を考慮する、観光地の見せ方を工夫する、体験記を混ぜる等、記事の作成方法やアカウント毎のコンセプト、取り上げるスポット案、投稿イメージをアカウント別に具体的に提案すること。

(イ) 記事と画像だけでは伝わらない魅力や臨場感を発信するために、動画を積極的に作成し、動画を活用した記事を含めること。

なお、動画の作成件数は、契約期間内に各アカウント合わせて最低12件以上とし、それ以上の作成が可能な場合は、フォロワー数やアクティブユーザーを増やすために効果的な投稿頻度を考慮した上で、その件数と作成イメージを提案すること。作成に当たっては、縦型の短尺動画をメインとして、英語、繁体字の字幕を使用するなど各アカウントのユーザーに見やすい動画とすること。ただし字幕を用いない動画も可とする。

- (ウ) 作成した記事の原稿（日本語）は、動画や画像と共に、発注者が確認できる状態で投稿日の前月 20 日までに翌 1 か月分を提出し、発注者の了承を得た後で、各アカウントに合った言語に翻訳すること。記事の翻訳は、各言語のネイティブ又は同等の能力を有する者が行うとともに、ダブルチェックを実施すること。令和 8 年 4 月分は令和 8 年 4 月 13 日（月）を目途に当月分の原稿（日本語）を提出すること。
- (エ) 翻訳済みの原稿は、投稿日の前月末までに発注者に提出し、了承を得ること。ただし、令和 8 年 4 月分については令和 8 年 4 月 16 日（木）を目途に了承を得ること。
- (オ) 神奈川県が取得予定の訪日外国人に関する観光データ（観光コンテンツ毎の国籍別人流データ等）の共有があった場合、発信スポットの選定材料として積極的に活用すること。
- (カ) (ア) の記事とは別に、発注者が出展する海外の観光展や、イベント情報、マナー啓発等の神奈川県からのお知らせに関する記事作成を依頼した場合、当該記事を作成すること。作成件数は、契約期間中に最大 12 件（上限月 2 件）とする。
- (キ) 作成する記事には、必要に応じてイベント等の開催期間、所在地、交通アクセス、リンク先 URL など、ターゲットユーザーが実際に訪問する際に有用な情報を盛り込むこと。
- (ク) ハッシュタグを利用して、エンゲージメント数・率、リーチ数を高める対策を提案し、発注者と協議の上、実施すること。
- (ケ) 記事の作成に当たっては、神奈川県外国語観光情報ウェブサイト「Tokyo Day Trip -Kanagawa Travel Info-」（以下「外国語観光サイト」という。）との連携を考慮し、可能な限り外国語観光サイトへの流入を促すように媒体ごとに提案すること。（外国語観光サイトの URL：<https://trip.pref.kanagawa.jp/>）
- (コ) SNS ならではのユーザーとの距離感を活かしながら、硬すぎない文章かつ丁寧な表現で記事を作成し、外国人旅行者の視点に立ったものとなるように工夫すること。
- (サ) 最新の旅行トレンドを意識した記事作成をすること。
- (シ) オーバーツーリズムを助長する記事作成はしないよう配慮すること。

イ F B （英、繁）アカウント・I Gアカウント【企画提案事項（ア）（イ）（ウ）】

（ア）各アカウントの各種機能を利用してインタラクティブかつターゲットユーザーに訴求力のある投稿記事（フィード（画像と動画））を毎月9件作成すること。それ以上の作成が可能な場合は、フォロワー数やリーチ数等を増やすために効果的な投稿頻度を考慮した上で、提案時に作成可能な記事の件数を明示すること。

（イ）（ア）の投稿記事は原則全て各アカウントのストーリーズでリポストすること。

（ウ）（イ）とは別に、反響の大きかった投稿をまとめるなどしたストーリーズの作成・投稿を月2回程度すること。それ以上の作成・投稿が可能な場合は、フォロワー数やリーチ数等を増やすために効果的な投稿頻度を考慮した上で、提案時に作成可能なストーリーズの件数を明示すること。提案に当たっては、作成イメージを記載すること。

なお、ストーリーズの作成件数はア（イ）の動画作成件数に含めないこと。

（エ）必要に応じて日本政府観光局（JNTO）のデジタルマーケティングガイドラインを参照すること。

「効果的な情報発信を行うためのInstagram運用ガイドライン」

(https://www.jnto.go.jp/projects/regional-support/digital/JNTO_InstagramGuideline_2025.pdf)

「効果的な情報発信を行うためのFacebook運用ガイドライン」

(https://www.jnto.go.jp/projects/regional-support/digital/JNTO_FacebookGuideline_2025.pdf)

ウ Xアカウント【企画提案事項】

F B（英、繁）アカウントとI Gアカウントの中からイベント等できるだけ旅ナカで活用できる情報の記事を抜粋、リライトして転用すること。作成件数は毎月5件程度とすること。

（5）発注者作成記事の翻訳

ア 発注者から別途提供する記事テーマ・素材（日本語）を基に（4）ア（イ）と同様にターゲットユーザーに対して神奈川県を旅行先として選びたいという訴求力のある記事を作成し、毎月英語と中国語（繁体字）に翻訳（1投稿100～200文字程度）すること。

イ アの原稿は、投稿日の前月 20 日までに翌月分を発注者から提供する。ただし、令和 8 年 4 月分は令和 8 年 4 月 7 日（火）を目途に提供する。

ウ 翻訳した原稿は、投稿日の前月末までに発注者に提出し、了承を得ること。ただし、令和 8 年 4 月分は令和 8 年 4 月 10 日（金）を目途に提出すること。

なお、本原稿に係る画像等の収集は、原則として発注者が行う。

エ 記事の翻訳は、各言語のネイティブ又は同等の能力を有する者が行い、ダブルチェックを実施すること。また、翻訳に当たっては、日本語の原稿を網羅した内容で翻訳することを原則とするが、日本語をそのまま直訳すると不自然になる場合は、必要最小限の意識を認める。ただし、翻訳に当たって、日本語の原稿に記載がない内容の追加、日本語の原稿に記載された内容の一部を変更又は削除する場合は、発注者の了承を得ること。

(6) 記事の投稿【企画提案事項 ア】

ア 各アカウントにおいて(4)及び(5)で作成及び翻訳した記事を投稿すること。

各記事の投稿日時は、記事内で紹介するイベントの実施日やターゲットユーザーの閲覧数を高められるよう曜日や時間帯を考慮し、効果的と考えられる契約期間中の投稿プランを各アカウントにおいて提案すること。実施に際しては発注者と協議の上、決定すること。

イ 大規模な自然災害に関する緊急の情報など、発注者が速やかに発信すべきと判断する事項が発生した場合、(4)及び(5)で作成及び翻訳した記事と別に、発注者の指示に従って記事を翻訳し、投稿すること。

ウ 各アカウントにおいて投稿内容に関する観光スポットの位置情報を可能な限り付与すること。

エ Xアカウント以外の各アカウントにおいて、投稿は原則週 2 回以上、契約期間内に 120 回を超えるよう効果的な投稿頻度を考慮した上で、バランス良く実施すること。

オ やむを得ない事情により、当該月内に定められた投稿数を実施できない場合は、翌月に限り当該未実施分を補完することを可能とする。ただし、その場合は速やかに発注者へ報告し、事前に承認を得るものとする。また、契約期間内における総投稿数が目標を達成することを条件とする。

カ IGアカウントに限り、神奈川県内大学生との連携事業により記事作成が想定されるため、発注者より依頼があった場合は対応すること

(7) フォロワー数及びリーチ数等の獲得【企画提案事項】

各アカウントのフォロワー数及びリーチ数等の獲得を促進するため、インフルエンサーの活用やライブ配信等、効果的なフォロワー数及びリーチ数の獲得方法について各アカウント別に提案すること。広告を掲出する場合は、広告費も委託料の範囲内で賄うものとする。ターゲットユーザーを中心にフォロワー数やリーチ数、エンゲージメントが増えるよう、適切に設定すること。提案に当たっては、効果的と考える根拠を具体的に示すこと。

(8) 分析・アドバイス等の実施【企画提案事項 ア】

ア (6)の投稿に対するユーザーの反応及び(7)の実施結果を分析し、受注者が有する知見を加味した上で、6(1)の月次報告書に記載すること。また、実施可能な分析方法や分析内容について提案すること。

イ 月次報告書の内容を基に、記事投稿等に関する今後の事業方針を確認・検討することを目的とした打合せを四半期ごとに発注者と実施すること。ただし、発注者の必要に応じて四半期ごとに限らず、随時打合せの実施を可能とする。

5 本事業のKPI

フォロワー数の増加や閲覧数、エンゲージメント率等の目標値を各アカウントにおいて設定し、効果測定を実施してPDCAサイクルを実行すること。目標値の設定については発注者と協議の上、決定すること。ただし、フォロワー数に関しては以下に記載する数を契約期間満了時に達成することを目標とする。

SNSの種類	KPIフォロワー数	参考：フォロワー数 (令和7年11月30日時点)
FB（英）アカウント	149,145人以上	133,165人
FB（繁）アカウント	12,528人以上	10,440人
IGアカウント	12,073人以上	9,658人
Xアカウント	契約締結日時点の フォロワー数を維持	6,293人

※ 契約締結日以降に令和7年度における各アカウントの閲覧数、エンゲージメント率等の情報を提供するものとする。

6 成果物

(1) 月次報告書

次の事項を記載した月次報告書（PDF形式）を作成し、投稿月の翌月 20 日まで（ただし、令和9年3月分は令和9年3月 31 日（水）まで）に発注者に提出すること。

なお、受注者からの提案により、発注者と協議の上、報告事項を追加又は変更することを妨げない。

ア FB（英、繁）アカウント報告書

- (ア) FB（英、繁）アカウントのフォロワー増減数及び構成分析
- (イ) エンゲージメント率の推移
- (ウ) 各記事の反応数（いいね・コメント・シェア・リンククリック等）やインプレッション数、リーチ数、動画再生数、エンゲージメント率等
- (エ) 各記事のスクリーンショット及び日本語原稿
- (オ) ユーザーからのコメント一覧（日本語に翻訳したもの）
- (カ) 広告の掲出内容やキャンペーンの実施結果の分析（※1）
- (キ) 翌月以降の運営方針及び課題改善策の提案（※2）

イ IGアカウント報告書

- (ア) IGアカウントのフォロワー増減数及び構成分析
- (イ) エンゲージメント率の推移
- (ウ) 各記事の反応数（いいね・コメント・シェア・リンククリック・保存等）やインプレッション数、リーチ数、動画再生数、エンゲージメント
- (エ) 各記事のスクリーンショット及び日本語原稿
- (オ) ユーザーからのコメント一覧（日本語に翻訳したもの）
- (カ) 広告の掲出内容やキャンペーンの実施結果の分析（※1）
- (キ) 翌月以降の運営方針及び課題改善策の提案（※2）

ウ Xアカウント 報告書

- (ア) Xアカウントのフォロワー増減数及び構成分析
- (イ) エンゲージメント率の推移
- (ウ) 各記事の反応数（いいね・返信（リプライ）・リポスト・リンククリック等）やインプレッション数、動画再生数、エンゲージメント率等
- (エ) 各記事のスクリーンショット及び日本語原稿
- (オ) ユーザーからのコメント一覧（日本語に翻訳したもの）

(カ) 広告の掲出内容やキャンペーンの実施結果の分析 (※1)

(キ) 翌月以降の運営方針及び課題改善策の提案 (※2)

※1 報告対象月に広告を掲出しなかった場合は記載不要

※2 令和9年3月分は、翌年度に改善すべき点を記載

(2) 最終報告及び業務完了届

(1) の月次報告書3月分は最終報告書も兼ねることとし、契約期間を総括する内容を記載すること。また、提出の際は、別紙様式の業務完了届を作成し、令和9年3月31日(水)までに発注者へ提出すること。

(3) 提出方法

ア 月次報告書

電子メール又はCD-R等の電磁的記録媒体により納品すること（電磁的記録媒体の購入費用は委託料に含めること。）。

イ 最終報告及び業務完了届

印刷した原本2部を郵送又は持参するとともに、電子メール又はCD-R等の電磁的記録媒体（1枚）に保存した上で納品すること（電磁的記録媒体の購入費用は委託料に含めること。）。

(4) 提出先

神奈川県横浜市中区山下町1 シルクセンター3階

公益社団法人神奈川県観光協会 海外プロモーション推進課

シドニー時枝 sidney@kanagawa-kankou.or.jp

7 留意事項

本業務の実施に当たっては、次に記載する事項に留意すること。

(1) 提案事項に関する協議

受注者が提案した事項の実施内容や実施方法については、契約締結後に発注者と協議の上、決定する。また、契約締結後に提案内容からの変更もあり得るので留意すること。

(2) 著作権の帰属

ア 本業務の履行に伴い生じた著作物の著作権（著作権法（昭和46年法律第48号）第21条（複製権）から第28条（二次的著作物の利用に関する原作者の権利）までに規定する全ての権利）については、発注者及び神奈川県に無償で譲渡するものとする。

イ 本業務の履行に伴い生じた著作物の著作権者人格権について、受注者は将来にわたり行使しないこと。また、受注者は本業務の履行に伴い生じた著作物の制作に関与した者について著作権を主張させず、著作権者人格権について行使しないものとする。

ウ 本業務の履行に伴い使用する画像、動画、イラスト、その他資料等について、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した著作権その他知的財産権に関する手続や使用権料等の負担と責任は、全て受注者が負うこと（発注者が提供したものを除く。）。

エ 発注者及び神奈川県は、成果物について神奈川県の観光振興を目的とし、観光行政の推進に資する広報媒体への掲載に使用することができ、著作権法第20条第2項第3号又は第4号の規定に基づく改変、著作権法第47条の3の規定に基づく複製及び著作権法第47条の4第1項第3号の規定に基づく翻案を行うことができる。

(3) 法令等の遵守及び守秘義務

ア 受注者は、本業務の実施に当たり、関係法令、条例、規則等を十分に遵守すること。

イ 受注者は、本業務の履行により知り得た業務委託の内容を第三者に漏らしてはならない。

(4) 成果物の瑕疵担保責任

ア 成果物に瑕疵があったときは、受注者は発注者の指示に従い、速やかに訂正しなければならない。

イ 提出するデータや記録媒体については、発注者へ提出する前に必ずウィルスチェックを行うこと。

(5) 再委託が必要な場合の取扱いについて

ア 受注者が、業務上の必要性により委託業務の一部を再委託する際は、企画提案時に再委託する業務、相手方等を明らかにし、契約締結後に発注者に届出をし、書面により承諾を得ること。

イ 再委託する業務、相手方等に変更がある場合は、受注者は、その都度、発注者の承諾を得ること。

ウ 作業責任者の業務については、再委託してはならない。

(6) 個人情報の保護及びセキュリティ要件

受注者は、本委託業務において、「個人情報保護法」に基づき、別添「個人情報保護に関する特記事項」を遵守し、情報セキュリティ対策を講じること。

8 その他

- (1) 受注者は、発注者と十分な協議を行いながら本業務を進めることとし、作業内容及び本仕様書の内容に疑義が生じた場合は、その都度、発注者と協議すること。
- (2) 発注者は、契約期間中、いつでもその作業状況の報告を求めることができる。
- (3) 本仕様書に定めのない事項や、本仕様書によりがたい事項が発生した場合は、その都度、発注者が受注者と協議の上、対応する。

(別紙様式)

業 務 完 了 届

令和 年 月 日

公益社団法人神奈川県観光協会会長 殿

(受注者)

所在地：

法人名：

代表者（職・氏名）： 印

次のとおり、業務を完了しましたので報告します。

契約名	令和8年度神奈川県観光情報SNS「Facebook、Instagram、X（旧Twitter）」運営業務委託
契約年月日	
契約金額	
契約期間	
完了年月日	
特記事項	

※ 本件にかかる責任者及び担当者の役職、氏名及び連絡先記載の場合、代表者印の押印省略可能