

さいたま市インバウンド促進業務  
要求水準書

1 業務名

さいたま市インバウンド促進業務

2 履行期間

契約締結日から令和9年3月12日（金）まで

3 履行場所

さいたま市内外

4 予算の上限額

10,439,000円（消費税及び地方消費税額を含む。）

5 業務の目的

本市を訪れる外国人観光客の増加を図るとともに、市内における滞在時間の延長及び消費の拡大を促進することを目的とする。その実現に向け、株式会社ドコモ・インサイトマーケティングが提供する「モバイル空間統計」を活用した分析を行い、戦略的なインバウンドプロモーションを実施する。特に、本市の主要な観光資源である「大宮氷川神社」にて本年11月に実施されるライトアップイベントを核としたプロモーションを展開し、訪日外国人に対する本市の認知度向上を図る。

6 業務内容

業務の目的を踏まえ、以下に示す業務を実施すること。

- (1) 「モバイル空間統計」を活用したターゲット設定とプロモーション実施  
プロモーションの最適化を図るため、「モバイル空間統計」を活用し、ターゲットの分析・設定を行うこと。

① 「モバイル空間統計」データの調達

令和7年4月から令和8年3月までの1年間について、さいたま市に訪れた外国人の市内入込客数、宿泊者数及び日帰り客数の推計値を国別、月別に把握・分析できるデータ（以下、「外国人データ」という。）を提供すること。

調達にあたっては、株式会社ドコモ・インサイトマーケティングが提供する「モバイル空間統計」を使用すること。

（ア）成果物の納品

- ・外国人データを Excel 又は CSV 形式にまとめたもの
  - ・外国人データの分析結果を可視化したもの
- (イ) 外国人データの外部への提供

委託者は、次の場合において、株式会社ドコモ・インサイトマーケティングに確認の上、外国人データの全部又は一部を第三者へ提供できるものとする。

- ・さいたま市議会における答弁対応又は資料要求等で使用する場合
- ・公益社団法人さいたま観光国際協会に提供する場合
- ・その他、5に記載した業務目的の範囲内で使用する場合

## ②ターゲット設定

①の結果を踏まえ、本市への誘客ポテンシャルが高い国・地域を2カ国選定すること（うち1つは台湾とする）。選定にあたっては、市場規模のみならず、大宮氷川神社、大宮盆栽村や鉄道博物館といった本市の固有資源との親和性や本市が今後実施するインバウンドプロモーション事業としてのポテンシャルを重視し、その選定根拠を明確に示すこと。

なお、①の結果に加えて、本市が提供するデータ\*を活用すること。

※本市が提供するデータは、令和5年4月から令和7年3月までの2年間について、さいたま市を訪れる外国人の市内入込客数、宿泊者数及び日帰り客数の推計値を国別、月別に集計したものであり、無償で提供する。

## ③プロモーション活動

令和8年11月7日から23日まで開催が予定されている氷川神社ライトアップイベントに向けたプロモーション活動を実施すること。

### (ア) プロモーションイベントの実施

- ・イベント実施スペースの選定、会場手配、搬入搬出等に係る調整  
イベント実施スペースの選定にあたっては、ターゲット層である訪日外国人が多く集まる国内の場所を1か所以上選定し、発注者と協議の上、決定すること。
- ・イベントの企画及び運営  
当日の運営に係る人材や備品類について整理し、発注者と協議の上、手配すること。
- ・イベント告知及びPR  
イベントの告知方法について、最適な手法を提案、発注者と協議し、PRを実施すること。
- ・広報期間は、氷川神社ライトアップイベントの初日までに実施することとし、1か所につき1日以上開催、1日における開催時間は7時間以上とする。  
なお、会場費は可能な限り抑える工夫を行うこと。
- ・イベントに付随するその他の業務

プロモーション活動に必要な電源や什器等について、発注者及び各会場と調整すること。また、会場への搬入搬出等で用いる車両や人材についても、受注者が手配すること。

#### (イ) WEB プロモーション

ターゲットに適合した広告手法を活用し、効果的な WEB プロモーションを実施すること。広告手法の一例として、インターネット広告の運用や、現地の Web メディア等とのコラボレーション記事の企画・制作・公開等が想定される。これらを踏まえ、業務目的及びターゲット特性に適合する範囲で最適な広告手法及びプロモーション施策を企画・提案すること。

#### (2) インフルエンサーを活用した SNS 等の情報発信

さいたま市の魅力を多くの人へ訴求するため、SNS において一定の影響を持つインフルエンサーを招聘し、市内の各スポットで体感した魅力を発信すること。

##### ① 招聘するインフルエンサーについて

台湾をターゲットとした影響力を有するインフルエンサーを選定するとともに、当該インフルエンサーによる SNS 等での情報発信に係る条件調整を含めた交渉を行うこと。

なお、台湾を中心に、Instagram においてフォロワー数 1 万人以上を有するインフルエンサーを選定すること。

##### ② 投稿について

- ・発信媒体は Instagram を基本とする。インフルエンサーの影響力を鑑み、追加で YouTube などの他の発信媒体での配信も行うことも可とする。
- ・情報発信はインフルエンサー本人のアカウントによる SNS 投稿とする。なお、発注者が指定する SNS アカウントでリポスト（自分の投稿として再投稿）を行うことを可能とすること。
- ・投稿数については 1 投稿以上とする。
- ・投稿形式は静止画又は動画を問わないものとする。動画を用いる場合は縦型（縦長）のレイアウトとし、リール動画形式を前提とすること。
- ・市内 3 スポット以上を紹介すること（うち 1 カ所は大宮氷川神社とすること。なお、大宮氷川神社を紹介する際に、11 月に実施予定の氷川神社ライトアップイベントの宣伝も合わせて行うこと。（宣伝のための動画や写真等の素材は提供する。）
- ・撮影等に伴う旅費や飲食代、施設入場料等は、受注者が負担すること。

#### (3) 効果測定及び次年度に向けた提言

- ・プロモーションイベントについては、来場者数や来場者の行動変容等を

把握し、分析すること。

- ・WEBプロモーションについては、広告の到達数（インプレッション、リーチ数等）を把握すること。
- ・インフルエンサーを活用した SNS 等の発信結果を整理し、分析すること。
- ・来年度以降の事業継続の判断材料となるよう、本業務を通じて得られた知見、課題及び今後のインバウンド誘客の可能性について考察・提言すること。

## 7 プロポーザル提案における留意事項

- ・データ活用：「モバイル空間統計」を単なる集計で終わらせず、プロモーションの精度向上や次年度の提言に反映させること。
- ・持続可能性：11月に開催が予定されている氷川神社ライトアップイベントが終了した後も、市が継続して活用できる資産（デジタル素材や知見）をどのように構築するのかを提示すること。
- ・実施体制：外国人データの取り扱いを理解したスタッフの配置を明確にすること。

## 8 業務完了後の提出書類

受託者は、以下の内容を含む業務実施報告書を写真なども使用して1部、電子データ（CD-R または DVD-R）2部と、全ての業務完了時に、完了報告書を提出すること。

- (1) 業務実施報告書
- (2) その他、本業務で制作した資料・成果物

## 9 委託料の支払い

委託料の支払いは、業務完了後、完了報告書を提出し、委託者の確認検査を経た後、一括払いとする。

## 10 著作権等について

- (1) 受託者は、本業務の実施に伴い、新たに制作した成果品（その構成物を含む。）の著作権は、全て委託者が所有するものとし、委託者の承認を得ずして他に公表、貸与、使用等してはならない。
- (2) 成果物及び付属品に含まれる第三者の著作権その他の権利についての交渉・処理は、受託者が納品前に処理を行うこととし、その経費は委託料に含む。

## 11 一般事項

- (1) 受託者は、本業務の遂行に係る各種法令等を遵守するほか、さいたま市契約規則、さいたま市業務委託契約基準約款及び別記情報セキュリティ特記

事項の規定を遵守すること。

なお、「仕様書」については、本要求水準書に従って受託者が作成し委託者に提出した企画提案書を基に、委託者と受託者の協議の上で作成する。

- (2) 仕様書に記載されていない事項、法令により義務付けられている事項及びその他の事項についても、軽微な変更など業務上当然に必要な事項として、業務履行の範囲に含まれるものとする。
- (3) 受託者は、業務実施にあたり、委託者と業務着手時、プロモーションイベント実施前、業務報告書提出前に打合せを行うものとする。
- (4) 受託者は業務遂行中、不測の事故等が発生した場合には、直ちに委託者へ連絡するとともに、適切な処理を行わなければならない。
- (5) 受託者は、業務を履行するにあたり、人権の尊重を基本とするとともに、人権に関する社員研修の実施等により、業務従事者が人権に配慮することができるように努めること。