

令和6年度愛媛県移住促進マーケティング推進業務委託仕様書

1 適用範囲

本仕様書は、愛媛県（以下、「県」という。）が発注を予定している「令和6年度愛媛県移住促進マーケティング推進業務」（以下「本業務」という。）の企画提案及び委託する場合において適用される主要事項を示すものであり、業務委託契約書に添付する仕様書は、受託候補者と協議の上、別途作成する。

2 業務名

令和6年度愛媛県移住促進マーケティング推進業務

3 業務期間

契約締結の日から令和7年3月31日まで

4 業務目的

県では、社会減対策の手段として移住施策を推進しており、これまで、田舎暮らしに憧れる大都市圏からのIターン者誘致を念頭に、県・市町・関係機関が連携した「オール愛媛」の体制で様々な移住施策を展開してきた結果、令和4年度の移住者数は7,162人と過去最高を更新した。

一方、本県独自で推計した2060年の将来推計人口は約78万4千人で、2020年と比較して4割以上減少、年代別では生産年齢人口の半減が見込まれるなど、厳しい状況に直面しており、人口構造の若返りを見据えた若者世代の更なる移住促進が課題となっている。

このため、従来の「田舎暮らしの魅力」に加えて、若者のUターンや転職なき移住を念頭に置いた「都会とギャップの少ない暮らしやすさ」を訴求し、都会的な暮らしやすさの要素も含んだ田舎暮らしができる本県ならではの都会と田舎の中間（トカイナカ）の魅力を発信することとしている。

このような背景の下、本業務では、これまでの成果を踏まえ、デジタルマーケティングの手法を活用した情報発信を継続実施するとともに、本県出身者のUターン移住拡大を見据え、大都市圏を中心とした若者に対して移住先としての本県の認知拡大を図る情報発信の取組みを展開する。

これらの事業成果の継続的な収集・分析を通じてPDCAサイクルを循環し、戦略的にデジタルを活用した移住促進マーケティングを推進することで、更なる移住者数の増加を図ることを目的とする。

5 業務概要

受託者は、県が過年度に実施した移住促進に係るデジタルマーケティング施策の成果を踏まえ、「移住検討層」と「移住潜在層」それぞれの検討度合いに応じて、効果的に移住先としての本県の魅力を訴求するよう、以下の業務を円滑に実施すること。

具体的な実施内容については、企画提案のあった内容を基に県と協議の上、別

途委託契約書に定める「業務計画書」として決定するものとする。

また、本業務は、別記1「デジタルプロモーション実施時における留意事項」に基づき実施すること。

【参考】

- えひめ移住ネット <https://e-iju.net/>
- え！愛媛 <https://e-iju.net/e-ehime/>
- 南予子育てガイド <https://e-iju.net/nanyo/>
- TikTok アカウント「え！愛媛【公式】」 <https://www.tiktok.com/@e.ehime>
- オンライン移住コミュニティ「みんなのえひめダイアリー」
<https://www.facebook.com/groups/ehimediary>
- 「移住検討層」として想定しているペルソナ
 - ・愛媛県を移住候補地の一つとして認識し、移住サイトや移住相談窓口、移住フェアなどで移住情報の収集を能動的に行っている者
- 「移住潜在層」として想定しているペルソナ
 - ・移住時期や移住先は明確ではないが、田舎暮らしへの憧れを抱いている者
 - ・愛媛県を移住候補地の一つとして認識しているものの、移住フェアへの参加等の具体的行動には至っていない者
 - ・Uターンの意識が顕在化していない本県出身の若年層
- コンセプト「え！愛媛」
 - ・Uターン移住者が語る暮らしのイメージに係る意外性をポジティブに表現しながら、本県出身の若者世代に対してUターン移住の魅力を訴求するために設定したもの。

6 本業務のターゲット

本業務では、「移住検討層」はもとより、「移住潜在層」もターゲットに、効果的かつ効率的な業務実施を図るよう留意すること。

7 実施業務

(1) 移住促進マーケティングの推進

① 移住検討度合いに応じた効果的な情報発信

(a) ディレクション業務

- ・過年度施策の成果と課題を踏まえつつ、移住希望者の検討度合いに応じた効果的な情報発信につながるよう、PDCA サイクルを回しながら、各種業務をディレクションすること。

(b) 広告配信業務

- ・「移住検討層」及び「移住潜在層」をターゲットに、それぞれの特性を分析した上で効果的な広告を配信し、下記ア～ウの集客を促進すること。
- ・広告媒体や配信方法は本業務の事業効果の最大化を図るため最適と考えられるもの（複数媒体の組み合わせも可）を選定の上、提案すること。特に、若年層の集客促進に資するクリエイティブを取り入れること。
- ・実際に利用する媒体等については、提案内容を踏まえて、県と受託者で協議の上、決定する。

ア 移住フェア（大規模）

- ・本業務とは別途、本県が東京都・大阪府で開催するもの。（東京都：2024年7月27日（土）・2025年2月2日（日）、大阪府：2024年9月1日（日）・12月14日（土）開催予定）
- ・東京都、大阪府で各2回開催するフェア（来場者数目標各200名）への集客を想定している。
- ・原則、えひめ移住ネット内イベントページをランディングページとする。

イ 移住フェア（小規模）

- ・本業務とは別途、本県が大阪府で2回・愛知県で1回開催するもの。（日程未定）
- ・原則、えひめ移住ネット内イベントページをランディングページとする。

ウ 移住フェア（オンライン）

- ・本業務とは別途、本県がオンラインで6回開催するもの。（日程未定）
- ・原則、えひめ移住ネット内イベントページをランディングページとする。

(c) オンライン移住コミュニティ運営業務

- ・「移住潜在層」の移住意欲を醸成し、「移住検討層」に向けて検討度合いを高めることを目的に設置したオンライン移住コミュニティ「みんなのえひめダイアリー」（Facebookグループ）について、下記ア～ウの業務を実施すること。
- ・令和5年度と同じFacebookグループを使用することとし、本業務の受託後、そのために必要な権限の付与や、情報の提供を行う。

ア 移住関連情報投稿の企画、実施

- ・下記8の数値目標で設定する参加者数を達成するために効果的な投稿内容及び頻度を検討の上、実施すること。

イ コミュニティ活性化策の企画、実施

- ・当該コミュニティの活性化や参加者の満足度を高める独自の工夫、仕掛けを実施すること。
- ・若年層への情報発信を念頭に、下記②若者世代向けUターンプロモーションや、他のSNS媒体などとの効果的な連携策を検討・実施すること。

ウ 運営改善策の検討、実施

- ・上記ア、イへの参加者の反応を分析し、運営改善策を実施すること。

(d) 効果測定及び報告業務

- ・事業の効果、実績を定量的、定性的に把握できるようにするとともに、把握方法を明確にし、下記9の報告を行うこと。なお、報告に当たっては、本業務を通じて得られた知見をもとに、今後の移住者誘致施策の展開・サイトの訴求力強化に関する改善提案を盛り込むこと。
- ・広告配信期間終了ごとに、当該配信の結果分析及び今後の展開について改善提案を盛り込んだ簡易レポートを、終了後10日以内に提出すること。

②若者世代向けUターンプロモーション

(a) ディレクション業務

- ・「え！愛媛」のコンセプトに留意しつつ、PDCAサイクルを回しながら、各種業務をディレクションすること。

- ・ウェブサイトを構成する製品や技術は、W3C (World Wide WEB Consortium) が策定・公開している標準的な規格等に準拠するとともに、アクセシビリティに関しては、JIS X 8341-3:2016 及び別記2「アクセシブルなコンテンツの作成に関する指針」に配慮するなど、国際標準もしくは業界標準に対応すること。

(b) コンテンツ制作業務

- ・「え！愛媛」で設定したコンセプトを的確に表現し、若年層のUターン移住の拡大に資する動画及び記事コンテンツを制作すること。
- ・受託者においてTikTok アカウント「え！愛媛」を運用し、制作した動画コンテンツを投稿すること。
- ・動画コンテンツは、下記(c)での SNS 広告配信に効果的なものとする。
- ・各コンテンツは「えひめ移住ネット」内の「え！愛媛」ページ及び7(1)①(c)オンライン移住コミュニティ運営業務への活用を行うものであること。
- ・各コンテンツの数量は、広告クリエイティブの摩耗を考慮して適切な数量とすること。
- ・制作に当たっては、県及び「えひめ移住ネット」の管理運営業務の受託者と十分協議の上、実施すること。

(c) 広告配信業務（認知拡大）

- ・大都市圏在住の25～30歳・単身・本県出身の転職検討者又はテレワーカーをコア・ターゲットに、特性を分析した上で効果的な広告を配信すること。
- ・原則、「え！愛媛」ページをランディングページとすること。
- ・広告媒体や配信方法は本業務の事業効果の最大化を図るため最適と考えられるもの（複数媒体の組み合わせも可）を選定の上、提案すること。
- ・若者への認知拡大を念頭に、上記(b)で制作する動画コンテンツを活用した SNS 広告配信は必須であること。
- ・実際に利用する媒体等については、提案内容を踏まえて、県と受託者で協議の上、決定する。

(d) 効果測定及び報告業務

- ・事業の効果、実績を定量的、定性的に把握できるようにするとともに、把握方法を明確にし、下記9の報告を行うこと。なお、報告に当たっては、本業務を通じて得られた知見をもとに、今後の移住者誘致施策の展開・サイトの訴求力強化に関する改善提案を盛り込むこと。
- ・広告配信期間終了ごとに、当該配信の結果分析及び今後の展開について改善提案を盛り込んだ簡易レポートを、終了後10日以内に提出すること。

(2) 南予子育て移住促進プロモーション

① ディレクション業務

- ・南予子育てガイドのコンセプトや、南予子育て移住促進協議会が実施する共同事業との連携に留意しつつ、PDCA サイクルを回しながら、各種業務をディレクションすること。

【参考】

- 南予子育て移住促進協議会の概要

人口減少の加速化が進む南予地域において一定の都市機能（仕事、教育、医療、商業等）の集積がある4市（宇和島市、八幡浜市、大洲市、西予市）と、南予移住マネージャーを配置し、松山市への通勤圏である内子町及び愛媛県で設置運営する協議会で、子育て世帯や南予地域出身の若者世代に対して訴求力のある共同事業を実施し、南予5市町への移住者誘致を促進するものである。

○共同事業の概要

上記の協議会事業として、大都市圏で開催する移住フェア、南予子育て移住に特化したメルマガ登録促進などの実施を検討している。

②広告配信業務

- ・大都市圏（主に東京圏・大阪圏）在住の子育て世帯や、南予地域出身の若年層をコア・ターゲットに、特性を分析した上で、移住フェア（東京都1回・大阪府1回（日程未定））への集客及びメルマガ登録促進を目的とした効果的な広告を配信すること。
- ・原則、南予子育てガイドをランディングページとすること。
- ・広告媒体や配信方法は本業務の事業効果の最大化を図るため最適と考えられるもの（複数媒体の組み合わせも可）を選定の上、提案すること。
- ・実際に利用する媒体等については、提案内容を踏まえて、県と受託者で協議の上、決定する。

③効果測定及び報告業務

- ・事業の効果、実績を定量的、定性的に把握できるようにするとともに、把握方法を明確にし、下記9の報告を行うこと。なお、報告に当たっては、本業務を通じて得られた知見をもとに、今後の移住者誘致施策の展開・サイトの訴求力強化に関する改善提案を盛り込むこと。
- ・広告配信期間終了ごとに、当該配信の結果分析及び今後の展開について改善提案を盛り込んだ簡易レポートを、終了後10日以内に提出すること。

8 数値目標

次の4項目について、数値目標を設定すること。

ただし、これらの数値目標は、直接的な広告配信だけではなく、本業務の総合的な取組みに対して設定するものであることに留意し、予算配分を行うこと。

また、目標値を達成した場合も、予算の範囲内で事業効果の最大化を目指して事業を継続すること。

- ① 上記7(1)で実施する移住フェア（対面・オンライン）への参加予約件数（対面（大規模）各100件、対面（小規模）各30件、オンライン各30件を下限とする。）
- ② オンライン移住コミュニティ参加者数（4,000人（令和3年度開設以降の累計）を下限とする。）
- ③ 「え！愛媛」ページのアクセス数、動画コンテンツの再生回数
- ④ 上記7(2)で実施する移住フェアへの参加予約件数（各20件を下限とする。）及びメルマガ登録件数（30件を下限とする。）

9 業務計画書及び報告書の提出

- (1) 受託者は、契約締結後遅滞なく受託者が提案した企画提案書をもとに、具体的な業務内容について県と協議の上、委託契約書に定める「業務計画書」を作成して県に提出すること。
- (2) 令和6年10月中旬を目安に中間報告を行うこと。なお、報告資料については、県と受託者が協議の上、書面にて提出すること。
- (3) 委託業務完了後、委託契約書に定める「実績報告書」を作成し、県の検査を受けること。
- (4) 県は、必要がある場合は、受託者に対して委託業務の処理状況について調査し、又は報告を求めることができる。
- (5) 県は、業務実施過程で本仕様書記載の内容に変更の必要が生じた場合は、受託者に協議を申し出る場合がある。この場合、受託者は、委託料の範囲内において仕様の変更に応じること。

10 再委託等の禁止

受託者は、委託業務の処理を他に委託し、又は請け負わせてはならない。ただし、再委託先ごとの業務内容、再委託先の概要及びその体制と責任者を明記の上、事前に書面にて報告し、県の書面による承諾を得た場合は、この限りでない。

11 成果の帰属及び秘密保持

(1) 成果の帰属

受託者が本業務で制作した制作物の著作権及び使用権は、原則として、県に帰属する。(オンライン移住コミュニティ構築・運営に係る権利も、原則として、県に帰属することに留意すること。)

(2) 秘密保持

ア 本業務に関し、受託者から県に提出された計画書等は、本業務以外の目的で使用しない。

イ 本業務に関し、受託者が県から受領又は閲覧した資料等は、県の了解なく公表又は使用してはならない。

ウ 受託者は、本業務で知り得た業務上の秘密を保持しなければならない。

12 著作権等

- ・本業務で制作・納品された成果品を期間の制限なく無償で、インターネット、印刷物、DVD、講演・講習、放送番組等のあらゆる媒体、手段、手法により、公表（公開、配布、放送等）することができるよう、二次利用可能な権利関係に関する調整を行うこと。
- ・成果物の著作権（著作権法第21条から第28条までに定めるすべての権利を含む。）は県に帰属し、受託者が複写、複製、抜粋その他の形式により他の用に供する場合は、県の承諾を受けなければならない。
- ・県は成果物を公表することができる。この本県の公表権について、受託者はいかなる権利も主張できない。

- ・受託者は、県が認めた場合を除き、成果品に係る著作権者人格権を行使できないものとする。
- ・委託業務の実施のために使用された県が所有する資料等の著作権は本県に帰属する。ただし、受託者が従前より保有する特許権、著作権等の知的財産権を適用したものにおいては、本県はその使用及び複製の権利のみを有するものとし、それらの知的財産権は受託者に帰属する。
- ・成果物及び委託業務の実施のために使用された県が所有する資料に、受託者が従前より保有する知的財産権（著作権、ノウハウ、アイデア、技術、情報等を含む。）が含まれていた場合は、受託者に留保されるが、本県は成果物を利用するために必要な範囲において、これを無償かつ非独占的に利用できるものとする。
- ・成果品については、第三者の知的財産権を侵害していないことを保証すること。なお、第三者が有する知的財産権の侵害の申立を受けたときには、受託者の責任（解決に要する一切の費用負担を含む。）において解決すること。

13 個人情報保護

受託者は本業務（再委託した場合を含む。）を履行する上で、個人情報を扱う場合は別記3「個人情報取扱特記事項」を遵守しなければならない。

14 その他

- (1) 業務の実施に当たっては県と受託者双方が協議を重ねながら実施するものである。
- (2) 上記に関わらず、明示のない事項にあっても、社会通念上当然必要と思われるものについては本業務に含まれるものとする。
- (3) 本業務に伴う撮影・取材・素材収集等に必要となる一切の調整及び許認可等の手続きは受託者が負担すること。
- (4) 受託者がソーシャルメディアの県公式アカウント（以下、「アカウント」という。）運用を実施するに当たっては、次の事項に留意すること。
 - ・受託者における記事投稿担当者及び操作端末の情報について、業務計画書と併せて提出すること。
 - ・投稿した記事や写真の著作権は原則として県に帰属すること。
 - ・受託者用ログインIDは、受託者において用意し、当該IDに対して、県がアカウント権限の付与を行うこと。事業終了後は受託者用ログインIDから県がアカウント権限の削除を行い、ログイン不可の取扱いとすること。
 - ・受託者用ログインIDについては別のサイトの更新には利用しないこと。ただし、ビジネスコンソール等の同じログインIDの利用を前提としている管理用システムを利用する場合、かつ、管理対象となるアカウントが2要素認証を実施する場合はログインIDの共有が可能であること。
 - ・投稿記事が県として発信される内容については、県の事前確認が必要であること。
- (5) 令和7年度もオンライン移住コミュニティ運営が継続できるよう、受託者は実

績報告とあわせて、必要に応じて県への権限の付与や情報提供を行うこと。
(6) 見積書や請求書においては、7(1)、(2)の業務を明確に区分した上で積算し、別立てで計上すること。