

令和 7 年度晴れの国おかやま移住・定住イメージアッププロモーション事業 業務委託仕様書

1 委託業務名

令和 7 年度晴れの国おかやま移住・定住イメージアッププロモーション事業

2 目的

ふるさと回帰支援センター(東京)において、3年連続で過去最高の相談件数を更新するとともに、40代以下の若年層や女性の移住相談が増加傾向にあり、また、県の移住相談窓口(東京)においても女性が増加傾向にある。

しかしながら、特に首都圏において、依然として県の移住先としての認知度は低く、自然減、社会減対策としてファミリー層をはじめとした若者や女性の移住を促進するためには、「自分らしく輝く晴れの国ぐらし」のイメージを広く周知させる必要がある。

については、近年の全国的な相談傾向のニーズをとらえつつ、県の移住イメージの定着を図るとともに、各種移住イベントの広報を行うことにより、移住先としての岡山県の認知度向上を目指す。

3 委託期間

令和 7 年 4 月 1 日から令和 8 年 3 月 3 1 日

4 委託(限度)額

7, 5 2 6, 2 0 0 円(消費税及び地方消費税の額 6 8 4, 2 0 0 円を含む。)

5 業務内容

県の移住・定住促進の PR コンセプトである「自分らしく輝く晴れの国ぐらし」のイメージ定着及びイベントの効果的な情報発信に向け、デジタルマーケティング、プロモーションに係る専門的な知見を活用し、以下(1)～(4)の業務を行うこと。

ターゲット：40代以下の若者、女性、ファミリー層

(1) 広報媒体の制作

ア 県イメージ動画の制作・配信等

・県の移住・定住促進の PR コンセプトである「自分らしく輝く晴れの国ぐらし」

のイメージ定着に資する動画を2種類以上制作すること。

- ・動画の制作にあたっては、ターゲットに効果的に訴求できる内容とし、動画の種類や尺等は下記ウのデジタル広告の実施を念頭に提案すること。
- ・動画制作にあたり、ポータルサイトに掲載している画像等については、県からの提供可能とする。なお、県から提供を受けた画像等の素材は、本業務以外に使用することはできない。

イ 県主催イベントに係る広報資料の制作

- ・次の県主催の移住イベント(以下「移住イベント」という。)に係る広報資料を制作すること。

①県主催大規模移住・定住フェア

(東京1回(10月19日)、大阪2回(7月6日、2月8日))(毎年実施)

②ヒトとつながるミニフェア

(東京3回(5月31日、8月2日、1月17日))(R7初開催)

※開催日は予定であり、変更する可能性がある。

- ・イベントの告知及び参加者募集のチラシを作成すること。なお、チラシについては、印刷用データ(JPEG及びPDFを想定)を納品することとし、印刷業務は本業務に含まれないものとする。
- ・移住ポータルサイト、公式SNS(Facebook、Instagram)、SMOUT、デジタル広告等に掲載するバナー画像を作成すること。
- ・デジタル広告等を活用した広告で使用するメッセージは最低3種類以上作成することとし、ターゲットにより効果的に訴求可能なテーマをそれぞれ設定すること。
- ・各種広告制作物については、ターゲットに効果的に訴求できるよう、画面構成、文章、写真等について、創意工夫を行うこと。
- ・上記アで制作する動画とデザインイメージの統一感を持たせること。

ウ デジタル広告の実施等

- ・上記ア、イで制作した動画や広報資料等を活用し、次の留意事項を踏まえながら、効果的かつ効率的な手法を選定し、デジタル広告を実施すること。
- ・使用する媒体、配信回数、期間、エリア等の広告配信に係る条件は、ターゲットに効果的に訴求できるよう仮説を立て設定すること。
- ・リスティング広告を実施する場合は、より誘導効果の高いキーワードの提案を行うこと。キーワードは、検索数が多く見込まれるビッグワードのほか、本県への移住検討層の関心が高いミドルワードも選定し、最適化を行う方法についても提案すること。
- ・広告文についても作成し、広告表示オプションなど広告の表示方法についても、本業務にとって最適と思われる方法を提案すること。

- ・デジタル広告の実施に当たっては、別紙2「デジタルプロモーション実施時における留意事項」を踏まえ、必ず事前に県と協議の上対応すること。

【留意事項】

区分	県イメージ動画の配信	移住イベントの広告
配信時期	県と協議の上決定する。	イベント開催日の1カ月程度前
配信媒体	3種類程度。ターゲットへの到達角度の高いメディアを複数組み合わせることも提案すること。 ※想定する媒体：Google Ads、Facebook、Instagram、X(旧 Twitter)、LINE、Yahoo!広告、TVer、You Tube 等	
配信費用	1回あたり 500,000 円×2回	<ul style="list-style-type: none"> ・県主催移住・定住フェアは1回あたり 500,000 円×3回 ・ヒトとつながるミニフェアは1回あたり 300,000 円×3回
	※ 本金額は今後の効果検証の参考とするため、配信に要する手数料等の諸経費は含めない金額である。そのため、配信に要する諸経費は見積書では分けて記載すること。	
ターゲット	40代以下の若者、女性、ファミリー層。ただし、移住イベントの内容等に合わせて、都度検討すること。	
その他	<ul style="list-style-type: none"> ・広告配信は、複数フェーズに分けて実施し、閲覧者の反応を比較検証しながら、よりターゲットに集中的に広告配信できるよう調整を行うこと。 ・広告配信費用を総額 340 万円(税抜)とし、効果測定・分析のため、広告配信を行うイベントや1回当たりの配信費用、配信回数を変更する場合がある。 	

(2) インタビューの実施

県が行う移住施策の広報戦略の参考とするため、ターゲットとする移住希望者及び移住者にインタビューを行い、改善案等を分析すること。

ア 移住希望者向けインタビュー

- ・県が展開しているコンテンツが移住希望者にどのように認知されているのか、及び移住希望者が情報収集に活用する広報媒体は何か等を直接本人に確認を行うインタビューを行うこと。
- ・インタビューは、県の移住イベント開催時に行うものとし、地理的特性の検討も踏まえ、東京で1回、大阪で1回を想定している。

イ 移住者向けインタビュー

- ・移住者に対し、県の魅力や移住にいたった決め手、活用した情報源など、コンテンツや情報発信の手法の改善に資する内容のインタビューを行うこと。
- ・インタビューは適宜実施すること。

ウ 共通事項

- ・インタビューの実施にあたっては、受け手のプライバシーや個人情報の取扱に留意して実施すること。
- ・インタビューの内容は、コンテンツの充実や、広報手段の改善に活用できる基礎データとなり得るよう設定すること。なお、インタビュー実施前に県と内容について、直接協議を行うこと。
- ・インタビュー実施件数は、アは 10 件程度(2回の合計)、イは 10 件程度を予定しているが、より適当な実施件数があれば、理由とともに提案すること。
- ・収集したインタビューの情報は最終報告までに取りまとめの上、データとして活用できる形とし、随時インタビューの質問項目等は修正すること。
- ・インタビューの謝礼として、1組あたり 2,000 円程度の商品券を準備することも差し支えない。ただし、当該謝礼は委託費に含むものとする。

(3) デジタルマーケティングを活用した効果検証

ア 効果検証で設定する KPI

本事業の効果測定のため、次の4項目を KPI とし、本指標が最適化されるよう事業に取り組むこと。なお、この他 KPI としてふさわしいものがある場合は、理由とともに提案すること。

また、県イメージ動画の広告配信では、移住先としての県の認知度向上について判断可能な KPI を設定すること。

KPI を達成した後も、予算の範囲内で事業効果の最大化を目指し、事業を継続すること。

なお、①から順に優先すべき KPI とする。

- ①移住イベント参加者数
- ②移住相談件数
- ③移住イベント特設ページ及び相談ページのコンバージョン数
- ④ポータルサイトへの流入増加数(エリア・年齢構成・性別の比較も含む。)

KPI の数値は、契約後、県と協議の上設定するが、数値については、仮説を立てて提案すること。

イ 効果測定・分析及び報告

上記アの KPI を踏まえ、次のとおり効果検証結果について県へ提出すること。

- ・上記（１）ウに記載のデジタル広告を行う際も、広告ごとに KPI を設定すること。なお、KPI の設定理由についても仮説を立てて説明すること。
- ・広告配信期間中に少なくとも 1 回「週次レポート」を提出すること。なお、「週次レポート」は広告成果に基づいたものであり、報告後の残りの期間の広告配信を効果的に行うための現状等を主に報告するものとし、簡易なもので構わない。
- ・広告配信完了後、1 週間以内に配信に係る「速報結果」を提出し、2 週間後を目途に効果測定・分析を行った「分析レポート」を提出すること。
- ・「分析レポート」は、広告の表示回数、クリック数、クリック単価及び属性（年齢、地域、性別等）等の「速報結果」に係る内容については、エクセルデータの添付等簡易なもので構わないが、デジタル広告実施時に設定した KPI に係る仮説に対する検証及び今後の改善案について、具体的に「分析レポート」に記載の上、対面で説明すること。
- ・効果検証に必要な来場者アンケートの項目についても具体的に提案等を行い、分析レポートに加味すること。

（４）広報活動の支援

- ・県が、当該事業と一体感を持って情報発信が行えるよう、県の既存情報発信ツール（移住ポータルサイト及び公式 SNS 等）を活用して移住イベントの広報活動をする場合等に、助言・提案等の支援を行うこと。
なお、県では、既存情報発信ツールを活用して移住イベントや県の移住先としての魅力が分かる情報を随時発信している。
- ・岡山県移住ポータルサイト「おかやま晴れの国暮らし」内にある「移住者インタビュー」ページ内の記事を 10 件程度作成すること。移住者の選定は県が行うこととする。なお、作成にあたっては、「（２）インタビューの実施」の移住者向けインタビュー時に行うことも差し支えない。

※「移住者インタビュー」サイト

URL: <https://www.okayama-iju.jp/interview/interview.html>

（５）独自提案

上記（１）～（４）の他、本事業の目的を達成するために効果的なその他プロモーション等の提案も差し支えない。なお、当該業務に係る経費も全て委託料に含むものとし、提案に際しては、プロモーション等の企画・実施内容、実施期間、効果等を具体的に記載すること。

(6) 実績報告

- ・インタビューの結果と(1) 広報媒体の制作、配信等をふまえ、次年度につながる広報戦略に関する提案を12月末までに行うこと。
- ・本業務完了後、定性的・定量的観点から、業務の実施内容及び効果検証をまとめた「実績報告書」を速やかに作成し、提出すること。
- ・「実績報告書」では、各広告配信の結果及び分析等を参照しつつ、「(3) デジタルマーケティングを活用した効果検証 ア 効果検証で設定する KPI」で設定した KPI に対する成果について説明するとともに、次年度以降の改善策を具体的に提案すること。
- ・「分析レポート」及び「実績報告書」は、本事業の広告配信等で得られた結果に基づく内容のものか、一般的な傾向に基づく内容のものか明確にして記載すること。

6 成果品

(1) 提出物

- ア 本業務により制作した動画、チラシ、バナー等のクリエイティブ
(電子データ一式)
- イ 各デジタル広告に係る週次レポート、速報結果及び分析レポート
(紙媒体1部、電子データ一式)
- ウ インタビュー実施結果(紙媒体1部、電子データ一式)
- エ ポータルサイト用移住者インタビュー記事、写真データ(電子データ一式)
- オ 広報戦略に関する提案(紙媒体1部、電子データ一式)
- カ 実績報告書(紙媒体1部、電子データ一式)

(2) 提出場所

岡山県県民生活部中山間・地域振興課
〒700-8570 岡山県岡山市北区内山下二丁目4番6号

7 業務実施体制

- (1) 本業務を確実に実施・履行する組織体制(業務従事の体系図・責任者・役割分担等)及び連絡体制を示すこと。
- (2) 本業務の開始から終了までの間、実施方法や進捗状況の確認等、業務の円滑な実施のために、十分な経験と技術力及び調整能力を有する総括責任者を1名配置するとともに、業務内容を総合的に評価でき、かつ作業進行を適切に処理できる進行責任者を1名配置すること。
- (3) 本業務を適正かつ円滑に実施するため、スケジュールや企画内容、広告配信の手

法等を協議するほか、進捗確認を行うため、1ヵ月に2回程度協議を行い、少なくとも1回は対面で行うとともに、必要に応じて県と随時協議を行うこと。

- (4) 本業務が円滑に実施できるよう複数の連絡手段を用いること。また、県からの疑問点や不明点への説明要望等については、誠意をもって対応すること。なお、疑問点や不明点が解消したことをもって「6 成果品」の提出物を受領する。

8 契約に関する条件等

(1) 再委託等の制限

ア 受託者は、本業務の全部を第三者に再委託、又は請け負わせてはならない。

イ 本業務の一部を第三者に再委託する場合は、再委託先の業務内容及び体制、責任者を明記し、予め県に報告し承認を得なければならない。なお、再委託する場合にあっても、総括責任者及び進行責任者は再委託先の者に請け負わせてはならない。

ウ 本業務の一部を第三者に再委託した場合も、受託者において再委託先が担う業務等の進行管理を行い、連携可能な体制を整えること。県から進捗状況等について報告を依頼した場合は、速やかに対応すること。

(2) 業務の履行に関する措置

ア 本業務（再委託した場合を含む。）の履行につき著しく不相当と認められるときは、県は受託者に対して、その理由を明示した書面等により、必要な措置を取るべきことを要求することができる。

イ 受託者は、上記要求があった場合は、当該要求に係る事項について対応措置を決定し、その結果を要求があった日から10日以内に県へ通知しなければならない。

(3) 成果品の利用等

ア 本業務により得られた成果は県に帰属するものとする。

イ 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、県が公表（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。

ウ 本仕様書により制作された成果品の全ての著作権（著作権第27条及び第28条の権利を含む。）は、全て県に帰属するものとする。

エ 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。

オ 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てを受けたときには、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。

(4) 機密の保持

ア 受託者は、本業務（再委託をした場合を含む。）を通じて知り得たデータ等、全ての情報について、秘密を保持するとともに、契約目的以外に使用・流用等をしてはならない。また、委託業務終了後も同様とする。

イ 受託者は本業務の実施に当たり、岡山県個人情報保護条例（平成14年岡山県条例第3号）を遵守し、個人情報の保護については十分に留意し、漏えい、滅失及びき損等を生じないこと。

(5) 経理関係書類

本業務の実施に要した経費は、帳簿及び全ての証拠書類を備え、他の経費と明確に区分して整理し、常にその収支の状況を明らかにし、委託業務の完了の日の属する年度の翌年度から起算して5年間これらを保管しなければならない。なお、業務完了後、会計検査への対応等が生ずる場合がある。

(6) デジタルプロモーション実施時における留意事項

本業務を実施するに当たり、別紙2「デジタルプロモーション実施時における留意事項」について、県と協議の上対応すること。

(7) その他留意事項

ア 委託費には、広告配信費及び制作費、人件費等、業務にかかる全ての経費を含むこと。

イ 本業務の実施に伴い第三者との間に発生したトラブルに対しては、責任をもって対処すること。また、本業務を行うに当たり、第三者に損害を生じさせた場合は、当該第三者に対する損害の賠償の責任を負わなければならない。

ウ 県は、事業の趣旨に逸脱する行為が認められた場合は、契約の解除等をなすことができるものとする。

エ その他、業務実施過程において契約内容に疑義が生じた場合、又は仕様書に定めのない事項については、県と受託者との間で誠意をもって協議し、決定するものとする。

オ 本事業の経過状況や成果等について、県総合政策局公聴広報課が主催するデジタルマーケティング推進チーム会議の参考資料として提供する場合がある。

9 評価基準

	評価項目	配点
企画提案書	1 業務目的・概要や目標について十分に理解しているか。	10
	2 各種広告等の制作及び配信業務 ・業務目的やターゲットを理解した提案になっているか。 ・動画やチラシのデザインはターゲットに訴求できる魅力的かつアピール力の高いものとなっているか。 ・県の移住イメージの向上や移住イベントへの誘客に効果的なデジタル広告配信計画が提案されているか。	20
	3 インタビューの実施 ・インタビューの項目について、コンテンツの充実や広報手法の改善に結びつく内容が提案されているか。 ・インタビューの企画から実施までのプロセスが効率的か。	10
	4 効果検証・分析業務 ・本事業の KPI を最適化する事業提案がされているか。 ・本事業の KPI を測定・検証するのに効果的な検証方法が提案されているか。 ・検証結果を適宜本業務の改善に活用する仕組みが提案されているか。	20
	5 広報活動の支援 ・既存情報発信ツールに対する助言が、具体的であり適切か。 ・「移住者インタビュー」ページにおける記事制作のコンセプトが移住希望者を惹きつける魅力的な内容となっているか。	10
	6 本事業の目的達成に資する独自の提案があるか。	5
	7 委託事業実施体制、手順、人員配置計画等の体制が十分かつ信頼性が高く、効果的なプロモーションが期待できるものとなっているか。	10
	8 当該事業類似事業の実績はあるか。	10
見積書	9 経費見積書の内容は妥当であるか	5
合計		100

デジタルプロモーション実施時における留意事項

岡山県中山間・地域振興課

県と受託者で協議の上、以下の業務を行うこと。

1 Google Analytics のアカウント管理に関する業務

- (1) 本業務用に導入した Google Analytics 又は各事業担当課で導入している Google Analytics (以下「本業務用 Google Analytics」という。) 上で、本事業における目標設定を行うこと。
また、最終レポートにてその結果について、要因・改善策を必ず記載すること。
- (2) 各種アカウント作成時には、内容について県の承認を得ること。また、本事業において作成したアカウントについては、事業完了後に一切の権利を県に譲渡すること。

2 岡山県 Google タグマネージャーの管理に関する業務

- (1) 本事業に関連するウェブサイトには、各種計測タグ、リターゲティングなどの施策に関わるタグを導入する際は、県が別途指定する「岡山県 Google タグマネージャー」を活用し、その管理を行うこと。
- (2) 受託者は、施策におけるタグ活用が確実に行われるよう、「岡山県 Google タグマネージャー」でのタグ、トリガーアクションの設定及びタグの発火テストを実施し、その内容を県に報告すること。
- (3) 各種設定には、内容について県の承認を得ること。また、「岡山県 Google タグマネージャー」での設定については、事業完了後に一切の権利を県に譲渡すること。

3 適正なデジタルプロモーションの実施

- (1) 透明性確保、費用対効果の明確化のため、広告媒体原価と管理運用費は分けて見積もること。
- (2) 「本業務用 Google Analytics」で事業効果を取得するため、県が別途指定するルールに基づき、各広告媒体タグのパラメータを設定及びデータの蓄積を行うこと。
- (3) 本事業に関連するウェブサイトには、同ウェブサイト内に県が指定するリマーケティングタグを設定し、訪問者データを蓄積すること。なお、タグの設定は、原則として「岡山県 Google タグマネージャー」のコンテナ内で行うこと。

4 Google 広告を利用する場合

- (1) Google 広告運用を行う際は、県公式の MCC (マイクライアントセンター) 及び「本業務用 Google Analytics」とリンクすること。
- (2) Google 広告アカウント及び「本業務用 Google Analytics」それぞれで、効果的と考えられるリマーケティングリストを設定し、県公式の MCC と共有すること。
- (3) Google が提供する無料調査(「ブランドリフト効果測定」等)が利用できる場合には、県と

その調査項目等を協議の上、必要に応じて調査を実施すること。

5 SNS 広告を利用する場合

- (1) 県公式 SNS のビジネスマネージャーや県が別途指定する SNS ページ等に広告アカウントをリンクすること。
- (2) SNS 広告を展開する場合は、県に対してアナリストの権限を付与すること。
- (3) ウェブサイト訪問者に対する SNS のリマーケティングの設定を行うこと。

6 動画制作・動画広告を実施する場合

- (1) 県が今後もデジタルプロモーションを行うことを考慮し、動画視聴者のアクセス情報（動画視聴者リマーケティングリスト等）を蓄積すること
- (2) YouTube を利用する場合は、作成した動画は県が運営する YouTube チャンネルへ掲載を行うこと。なお、YouTube チャンネルへの掲載にあたっては、動画タイトル、動画説明文、タグ、カテゴリ、公開範囲及びサムネイル等の必要な設定を行うとともに、効果的な SEO 対策を行うこと。
- (3) 動画視聴に関するデータを分析するため、又は効果的な広告手法を検討するため、Google 広告を利用する場合は YouTube チャンネルと Google 広告アカウントをリンクさせること。