

令和 8 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 8 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）では 5 年連続で過去最高の相談件数を更新し、コロナ禍を契機に高まった地方移住への関心は、ライフスタイルの多様化や働き方の選択肢が増えたことにより、一過性のものではなくなりつつある。社会減・自然減対策を一体的に加速化し、地域づくりの担い手を確保するためには、首都圏をはじめとした大都市圏から移住者を呼び込む必要がある。

特に首都圏において依然として移住先としての岡山県の認知度が低いという課題があり、地域づくりの担い手となり得る若者・女性・ファミリー層を主なターゲットとした移住情報の発信に取り組む必要がある。そのため、近年の全国的な相談傾向のトレンドをとらえつつ、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 8 年 4 月 1 日から令和 9 年 3 月 3 1 日

4 委託（限度）額

9, 7 2 7, 3 0 0 円（消費税及び地方消費税の額 8 8 4, 3 0 0 円を含む。）

5 業務内容

県の移住イメージの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)～(3)の業務を行うこと。

本業務において設定しているターゲットは次のとおりとするが、詳細なペルソナ設定は、設定した理由を含めて企画提案すること。ペルソナ設定においては、3 パターン以上提案し、そのうち、首都圏在住、関西圏在住をそれぞれ 1 パターン以上含めること。

【基本ターゲット】

- ・ 本県への移住に関心がある方
- ・ 地方への移住、田舎暮らしに関心がある方
- ・ 将来の移住が期待される関係人口となる可能性のある方

【メインターゲット】

40代以下の若年層、女性、ファミリー層

(1) 広報媒体の制作・広告配信

ア SNS 投稿用の縦型ショート動画の制作

- ・ 設定したペルソナに響くような SNS 投稿用の縦型ショート動画を作成すること。
(企画、撮影、編集、制作等に関する一連の業務を含むものとする。) 提案にあたっては、どのような動画を作成するか具体的に例示すること。
- ・ 動画は10本を想定しているが、委託金額の範囲内で作成できる本数を企画提案の中に記載すること。
- ・ 動画のテーマ、尺(長さ)については、ターゲットに基づき、最も効果的と考えられる企画を提案すること。静止画や文字情報だけでなく、新たに撮影した写真や動画、動的な素材などのイメージで訴求することに留意すること。
(テーマ例)「晴れの国ぐらし」の魅力発信につながるテーマ
 - ・ 生活に根差した岡山県の特徴
 - ・ 県内地域ごとの生活環境の違い
 - ・ 県の移住相談窓口の紹介
 - ・ 先輩移住者の紹介 など
- ・ 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。※開催日及び内容は予定であり、変更する可能性がある。

① 県主催大規模移住・定住フェア

(東京1回(10月18日)、大阪2回(7月5日、2月上旬頃))(毎年実施)

移住希望者(情報収集段階層)を対象に、地域の生活環境、住居、就職、就農など、移住希望者からのさまざまな相談にまとめて対応する総合相談会。

② ヒトとつながるミニフェア

(東京3回(春季、夏季、冬季)(R7年度から実施)

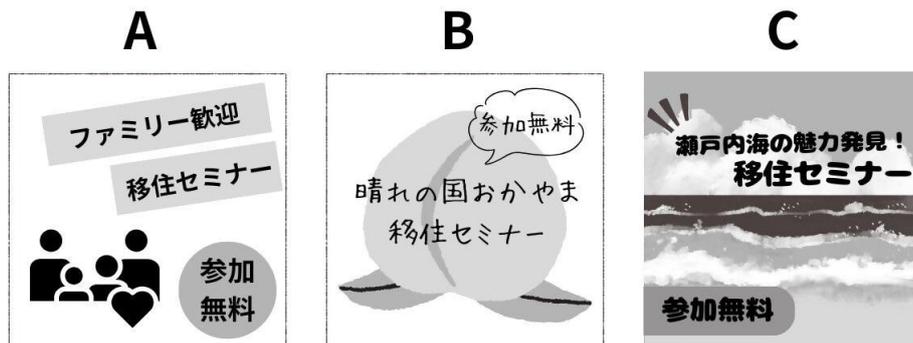
移住希望者(情報収集段階層)のみならず、将来の移住が期待される関係

人口層に向け、移住相談をはじめ、地域の担い手（先輩移住者等）との交流や地域の魅力を紹介するワークショップ等を実施。

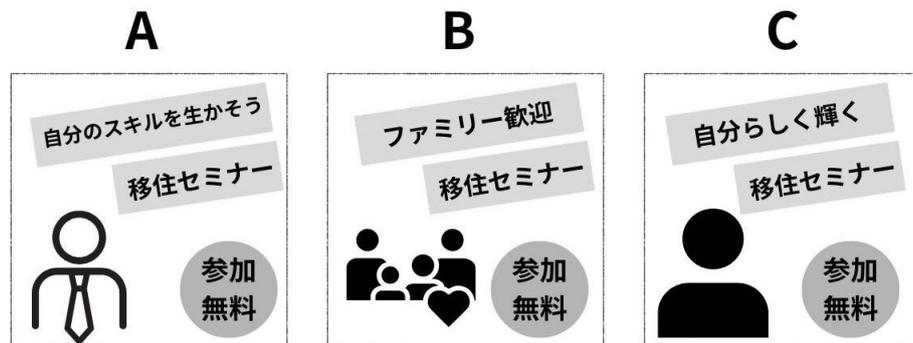
- ・ イベントの告知及び参加者募集のチラシを作成すること。なお、チラシについては、印刷用データ (JPEG 及び PDF を想定) を納品することとし、印刷業務は本業務に含まれないものとする。
- ・ 移住ポータルサイト、公式 SNS (Facebook、Instagram)、SMOUT、デジタル広告等に掲載するバナー画像を作成すること。作成サイズは、正方形 (1080×1080px)、縦長 (1080×1350px)、横長 (1200×628px) の3種類とする。
- ・ デジタル広告等を活用した広告で使用するバナーについては、最低3種類以上の異なるデザインのバナーを作成すること。バナーのデザインについては、単に色味を変えるなどの類似したデザインではなく、訴求ポイントを変更したり、素材を変更したりすること。広告配信では、デザインについてのABテストを実施し、効果的なデザインを検証すること。

【デジタル広告等を活用した広告で使用するバナー デザイン例】

○良い例：異なるデザインとなっている



×悪い例：色味のみ、写真のみ、メッセージのみを変える など



- ・ 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。

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に加え、県が別事業で実施する下記③～⑤のイベントについて、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。なお、③～⑤のデザイン素材は、県から提供を予定している。
 - ③ 首都圏の女性等を対象とした移住促進事業
県内で活躍する女性先輩移住者が一堂に会した大型イベントを首都圏で開催し、「地域資源（ヒト・モノ・コト）×移住」で自分らしく輝く多様な女性のロールモデルに接する機会をつくる。
 - ④ 関西に進学した女子学生Uターン促進事業
関西に進学した女子学生を対象に、出身者のコミュニティーの形成や岡山県への愛着度の醸成、Uターン促進を目的とした交流会を実施。
 - ⑤ 各種移住セミナー等
県が行う各種移住セミナーや移住体感ツアー等。
- ・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	① 県主催大規模移住・定住フェア ② ヒトとつながるミニフェア	③ 首都圏の女性等を対象とした移住促進事業 ④ 関西に進学した女子学生Uターン促進事業 ⑤ 各種移住セミナー等	⑥ (1)アで作成した、SNS 投稿用の縦型ショート動画のうち2本程度
ターゲット	5 に記載のメインターゲット。ただし、移住イベントの内容等に合わせ、都度検討すること。	③ 首都圏在住の 20～40 代の女性 ④ 関西在住の女子学生 ⑤ 5 に記載のメインターゲット	5 に記載のメインターゲット。
配信時期	イベント開催日の 1 カ月程度前		県と協議の上決定する。
配信媒体	3 種類程度。ターゲットへの到達確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 (見込)	① 1 回あたり 400,000 円×3 回 ② 1 回あた 200,000 円×3 回	③ 1 回あたり 300,000 円×1 回 ④ 1 回あたり 300,000 円×3 回 ⑤ 1 回あたり 100,000 円×10 回	⑥ 1 回あたり 100,000 円×4 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。		
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。 ・ 広告配信費用の総額は 440 万円(税抜)とするが、金額の内訳は想定であり、これに限らず効果的な予算内訳を提案することも差し支えない。 ・ 委託期間中、広告配信費用の総額の範囲内で、広告配信を行うイベントや予算配分、配信回数を変更する可能性がある。 		

(2) 広報活動の支援

ア 移住者インタビューの実施

- ・岡山県移住ポータルサイト「おかやま晴れの国ぐらし」内にある「移住者インタビュー」ページ内の記事を5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。

※「移住者インタビュー」サイト

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

- ・移住者に対し、移住のきっかけや移住前後の暮らし、移住にいたった決め手、活用した情報源などのインタビューを行うこと。インタビュー内容は、実施前に県と直接協議を行うこと。
- ・インタビュー時期は県と協議し、適宜実施すること。
- ・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。
- ・インタビュー後は、内容を記事の形式にまとめ、撮影した写真とともに随時県へ提出すること。
- ・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。

イ Instagramアカウントの運用支援

本県の暮らしに興味がある移住希望者を対象に、先輩移住者等による体験談や地元情報（イベント、地域活動）などを発信するInstagramアカウントの運用を支援するため、以下①～③の業務を行うこと。なお、今後の継続的な運用を考慮し、県職員による投稿・運用を基本とする。アカウントの運用支援にあたっては、「岡山県中山間・地域振興課ソーシャルメディア運用ポリシー」及び「岡山県中山間・地域振興課ソーシャルメディア利用規約」に留意すること。

【Instagramアカウント】

名称	ハートチャージおかやまぐらし【公式】／岡山県 (@okayama_heartcharge)
開設時期	令和4年10月
運用主体	岡山県県民生活部中山間・地域振興課
ターゲット	上記ターゲットと同様。

① 記事の作成

- ・記事の作成にあたっては月ごとの投稿スケジュールを作成し、前月15日までに提出すること。（ただし、令和8年4月分の投稿については、契約締結後、速やかに企画会議等を行い、投稿スケジュールを作成すること。）

- ・下記(② 記事の内容)について、企画、取材、原稿執筆および写真撮影等を行い、記事を作成すること。なお写真の使用許可については、受託者にて実施すること。
- ・記事の作成にあたっては、投稿数の多いハッシュタグを調査するなど、多くの閲覧が見込めるように工夫すること。
- ・投稿時間は、ターゲット層のより多くの方が閲覧しやすい曜日や時間帯を指定すること。

② 記事の投稿回数

- ・投稿頻度は、週1回程度(1か月あたりリール投稿1本、フィード投稿3本程度)を基本とし、県と協議の上、最適な投稿回数を維持するものとする。また、県から題材指定等があった場合は追加対応すること。

③ 記事の内容

- ・リール投稿は、(1)アで作成した動画を流用することも可能とする。
- ・本県の生活に根差した情報、先輩移住者の紹介、自然環境、食など、「晴れの国ぐらし」の魅力発信につながる情報。
- ・その他岡山県への移住促進及び関係人口の創出・拡大・深化のための情報。
- ・リポストについては、撮影投稿者への許可を得た上で使用することは可能とする。

ウ その他

県が行う移住施策に関する広報活動において、県の求めに応じて支援を行うこと。支援内容については、県との協議の上決定する。

(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3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れば、理由とともに提案すること。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 ポータルサイト来訪者数(若年女性)

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。

【(参考) 過去3年間の実績】

① 移住イベント参加者数

令和7年度：240組337名

令和6年度：341組497名

令和5年度：262組406名

※各年度県主催移住・定住フェア3回（東京1、大阪2）の計

② 移住相談件数

令和7年度：2,505件 ※期間：令和7年4月～令和7年12月末

令和6年度：3,278件

令和5年度：2,638件

③ ポータルサイト来訪者数（若年女性）

令和7年度：8,043人 ※期間：令和7年4月～令和8年1月末

令和6年度：8,924人

令和5年度：8,891人

※来訪者数は、ユーザー属性の18～44歳の女性の新規ユーザー数（GA4指標）とする。

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。

- ・広告配信期間中に少なくとも1回「中間レポート」を提出すること。なお、「中間レポート」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、2週間以内を目途に効果測定・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）等や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（※オンライン可）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) 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。

(5) 実績報告

- ・(1)の広報媒体の制作、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、「(4) 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中間レポート、分析レポート
(紙媒体1部、電子データ一式)
- ウ 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)
- エ 広報戦略に関する提案(紙媒体1部、電子データ一式)
- オ 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、少なくとも四半期ごとに対面で協議を行うとともに、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。

