

# 「地域とつながる」富山暮らし体験事業企画・運営・広報業務業務委託仕様書

## 1 委託業務名

「地域とつながる」富山暮らし体験事業企画・運営・広報業務

## 2 趣旨・目的

移住検討者等を対象に、深く地域との関わりを作りながら将来的な関係人口や移住に繋げるための暮らし体験を提供するとともに、地域側の受入体制の構築及び地域人材の育成を推進することを目的とする。

## 3 業務内容

### (1) プログラムの企画

ア 下記（ア）のターゲットが参加したくなるような魅力のあるプログラムを企画すること。

イ プログラムの企画にあたっては、可能な限り、富山県の複数の地域の魅力が体験できる内容とすること。

ウ 参加へのハードルを下げるため、宿泊場所・移動手段の情報提供、滞在中のフォロー、交通費の補助などのサポートを行うこと。

エ 企画後からプログラム実施日までの間に、内容を精査・ブラッシュアップし、当該プログラムの魅力を最大限に高めること。

### (2) 参加者の募集参加者の募集・広報

ア 参加者数については、50人を目安とすること。

イ 参加者の募集にあたっては、以下のように広告運用等を行うこと。

#### (ア) ターゲット等の設定、見直しの提案

##### (ターゲットの考え方)

本業務におけるターゲットの考え方は次の表に示すとおりとする

#### A 移住や地方暮らしに関心がある人

地域	県外（特に首都圏）
年代	特に20代～40代
価値観	移住や地方暮らしに興味はあるが、移住することや移住先を決めていない人
訴求内容	移住候補地としての富山県の認知

#### B 移住は考えたことがないが、社会貢献や自己実現の機会を欲している人

地域	県外（特に首都圏）
年代	特に20代～40代
価値観	・都会での暮らしで社会貢献や自己実現の機会がなく、その機会を求めているが、移住は検討したこともない人 ・テレワーク等で居住地を比較的自由に決めることができる人

訴求内容	社会貢献や自己実現の場としての富山県の魅力の認知
------	--------------------------

### C ターゲットに起こしてもらいたい行動変容

行動変容	<ul style="list-style-type: none"> <li>・富山県や富山県に住む人のファンになり、富山県に継続的に関わりを持つ。</li> <li>・富山への移住に関心を持ち、移住セミナーやフェアへ参加する。</li> <li>・富山への移住に関する情報収集のため、県移住 HP 等へアクセスする。</li> </ul>
------	--

#### (イ) ターゲット見直しの提案

- ・ターゲットに対して広告を配信した結果、想定とは異なるエリア、年齢等をターゲットとすることが本業務の目的を達成するために、より効果的であると判断できるデータの蓄積があった場合は、その根拠とともに委託者に対して助言及び提案を行い、ターゲットの見直しについて、協議すること。

#### (ウ) 目標値 (KPI) の設定

- ・ターゲットについては、参加者数を最大にするという課題に対して、施策の最適化を行う目的にふさわしい KPI を設定すること。
- ・結果計測するためのタグマネージャーの設定、計測ツールの設定などを行うこと。
- ・その他本業務の目的を達成するうえで必要な目標項目と目標値がある場合は、具体的に設定し、その内容を広告運用計画に記載すること。
- ・設定した目標値を達成した場合においても、事業効果の最大化を目指して業務を継続し、効果的な運用に努めること。

#### (エ) 受託者による広告運用計画の作成

次の A、B を盛り込んだ「広告運用計画」を作成し、契約締結後速やかに提出し、説明のうえ、承認を得ること。

##### A 本業務を通じたカスタマージャーニー

本業務におけるターゲットを元に本業務を通じたカスタマージャーニーを設定すること。

##### B 事業期間を通じた広告の運用方針

カスタマージャーニーに基づき、以下を設定すること。

- (A) 広告手法 (デジタル広告、アナログ広告等)
- (B) 掲出プラットフォーム (Google、Instagram、新聞等)
- (C) 各広告 (ディスプレイ広告、検索連動型広告、動画広告等)
- (D) 各広告 (上記 (C)) の経緯配分のバランス方針
- (E) 各広告 (上記 (C)) の具体的な運用方法
- (F) 運用スケジュール (後述 (オ) 参照)
- (G) 情報発信コンテンツ (広告クリエイティブ) の作成方針
- (H) 広告効果の検証及び運用の見直し方法

- (I) 目標設定（前述ア参照）
- (J) その他必要な事項

(オ) 広告の運用管理

- ・ 広告は、ディスプレイ広告、検索連動型広告、動画広告等の各手法を用いて、ターゲット層への情報発信を行うこと。手法やその組み合わせ方法等は提案すること。
- ・ その他、効果的な広告手法の提案も可能とするが、効果測定可能なものを提案することとする。
- ・ より効果的に広告を実施するため、手法や広告期間等は別途打合せのうえ、変更することができることとする。
- ・ 透明性確保、費用対効果の明確化のため、広告費用のうち、広告媒体原価と管理運用費は分けて見積もること。

(カ) 効果測定、改善

- ・ 広告配信完了後は本業務により配信する広告のインプレッション数、クリック数、クリック率、コンバージョン数、コンバージョン率、クリック後の行動等を閲覧者の属性（地域、性別、年代や興味関心等）等を記載した広告配信分析レポートを提出し、検索広告、ディスプレイ広告におけるキーワード等設定の見直しについて、委託者に協議すること。
- ・ 特に、計測開始から適宜、初動の結果報告や今後の対策についての説明を打合せ等により行うこと。
- ・ 広告の運用状況及びそれに基づく分析結果、運用の見直し方法及び結果等について広告の配信開始後、とりまとめを行い、委託者に報告すること。
- ・ 報告の際、必要に応じて運用の見直し等についての提案を行うこと。なお、提案は理解しやすいものを必須とし、理解が難しいものは再提出を指示する。
- ・ その他、(ウ) で定めた KPI について、広告の管理画面上から得られるデータを記載するだけでなく、事業の成果最大化に向けた幅広い視野で作成すること。なお、報告書は修正を依頼した際は対応すること。

(3) プログラムの運営

- ア プログラムを円滑に実施するための体制を整備すること。
- イ 参加者が、SNS 等を通じて情報発信ができるよう、必要な配慮を行うこと。
- ウ 事故等の防止に最大限努め、万一事故等が発生した場合は直ちに委託者に報告すること。

(4) アンケート調査

- ア プログラムの参加者等を対象に、アンケート調査を実施し、事業の成果及び効果の測定を行うこと。
- イ アンケートの設問項目及び実施方法等については、委託者と事前に協議すること。

ウ 当該調査結果は、「(7) 情報共有・報告」の規定によらず、速やかに委託者に報告すること。

(5) 地域おこし協力隊推進要綱（平成 21 年総行応第 38 号）に規定する地域おこし協力隊インターン制度が活用できる事業とすること。

#### (6) 他事業との連携

本事業とは別事業である「関係人口による地域活性化モデル事業」（県外在住者（主に首都圏）や首都圏等に本社・拠点を置く企業の研修参加者が、富山県内の地域課題の解決に参画する機会を設け、受入れノウハウの蓄積及び関係人口参画による効果・メリットの発信を行う事業）について、当該事業の受託事業者と連携し、両事業の広報・情報発信（募集周知を含む）を相互に協力して実施すること。

#### (7) 情報共有・報告

##### (ア) 情報共有

各種業務の実施にあたっては委託者への情報共有を円滑に行い、業務の遂行は事前に委託者の了承を得たうえで実施することとする。

##### (イ) 協議の実施

事業実施に疑義が生じた場合等は委託者又は受託者の申し出により随時、打合せを実施できることとする。

##### (ウ) 結果の報告

- ・プログラム終了後 1 か月以内または令和 9 年 2 月 26 日までのいずれか早い日までに実績報告書及び参加者名簿を提出すること。
- ・実績報告書には、「5 業務内容」全体を通した報告とし、課題の抽出とその改善案を含めて提案すること。
- ・報告書作成にあたってはデータに基づいた考察を実施する等、客観性を確保すること。
- ・委託者は報告書について不明確である場合は再提出を求めることができることとする。

## 4 委託期間

契約締結日から令和 9 年 2 月 26 日まで

## 5 経費の負担

仕様書に定める業務を遂行するために必要な経費については全て受託者が負担することとする。

## 7 留意事項

(1) 本事業の実施に伴い、取得した個人情報を本事業以外で利用しないこと。

- (2) 特定の商品販売・販売の斡旋等事業以外の業務への勧誘を行うなど、事業の趣旨を逸脱する行動を行わないこと。
- (3) 参加者との間で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。
- (4) 本業務の企画運営及び広告宣伝を実施するに当たっては、「金品等の提供による不適切な集客行為」を断じて禁止する。なお、これらの行為が認められる場合、委託者は当該契約を解除又は無効とし、受注者に対して違約金又は損害賠償を請求するものとする。
- (5) 感染症や災害等の発生によりプログラムの開催時期の変更あるいは中止する場合は委託者の判断により開催可否を決定する。なお、開催中止の場合は契約内容の見直しについて協議することとする。
- (6) 成果物については、原則として委託者が複製し、若しくは翻案、変形、改変その他の修正をすることができるものとする。ただし、作成の都合上やむをえず、著作権を委託者に譲渡できない写真、文章等を使用する場合は、事前に委託者に申入れを行い、了解を得ること。委託者に著作権を帰属させることができない写真、文章等の二次利用については、その都度、委託者と受託者とで協議すること。
- (7) 特許権、実用新案権、意匠権、商標権その他日本国の法令に基づき保護される第三者の権利の対象となっている履行方法等を使用するときは、受託者がその仕様に関する一切の責任を負うこと。
- (8) 委託業務の遂行にあたり、別紙「デジタルマーケティング留意事項」を遵守すること
- (9) 委託業務の遂行にあたり疑義が生じた場合、又はこの仕様書に定めのない事項については、受託者と委託者が必要に応じて協議をすること。