

## 令和7年度山口県移住促進デジタルマーケティング等に関する業務委託仕様書

### 1 業務委託の名称

令和7年度山口県移住促進デジタルマーケティング等に関する業務委託

### 2 業務委託期間

令和7年4月1日から令和8年3月31日まで

### 3 業務委託の上限額

21,000,000円(消費税及び地方消費税を含む。)

### 4 委託者(業務発注者)

「住んでみいね!ぶちええ山口」県民会議 会長 村岡 嗣政(以下「委託者」という。)

(事務局:山口県総合企画部中山間地域づくり推進課やまぐち暮らし創造班)

### 5 受託者(業務受注者)

所定の契約手続きにより、委託者と業務委託契約を締結し、本業務委託仕様書等に定める委託業務を委託者から受託し実施する者(以下「受託者」という。)

### 6 事業の背景

本県の人口は、1985年(昭和60年)の160万人から一貫して減少を続けており、2023年(令和5年)には130万人を割り込むなど、若者を中心に、進学や就職による県外流出が一貫して続いており、男性に比べて女性の流出が大きくなっている。一方で、コロナ禍を契機に変化が出てきており、社会減に縮小の動きが見られたが、コロナ禍後、再び東京圏等への流出が拡大傾向にある。

県政の最重要課題である人口減少を食い止めるため、市町や関係団体と構成する「住んでみいね!ぶちええ山口」県民会議を中心に、東京、大阪及び県内における移住相談窓口の設置や移住セミナーの開催等、本県への移住・定住の促進に取り組んできたところである。

### 7 目的

コロナ禍を契機に、地方暮らしの良さが改めて認識され、都市部の若い世代を中心に地方移住への関心が高まっているが、移住先としての本県の魅力や移住・定住促進のための取組が移住希望者等に対して十分に伝えきれていない状況にある。

そこで、本事業では、マーケティング発想に基づくデジタルプロモーションを実施し、ターゲットに向けた効果的かつ的確なPRを行うことにより、山口県への移住につながる、移住潜在層の意識の顕在化を図るとともに、意識の顕在化した潜在層を山口県YY!ターン支援サイト「住んでみいね!ぶちええ山口」(以下「支援サイト」という。)へと誘導し、移住セミナーや関連イベントへの参加等、具体的な行動へと結びつけることにより、本県における移住・定住の促進を図る。

## 8 本事業のターゲット

本業務におけるターゲットは、表1に示すとおりとする。

ただし、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事業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ものとする。

表1 移住・定住促進におけるターゲット層

|      |  |
|------|--|
| エリア  | ・東京圏（東京都、千葉県、埼玉県、神奈川県）の在住者<br>・中京圏・近畿圏の一部（愛知県、京都府、大阪府、兵庫県）の在住者<br>・広島県、福岡県の在住者 |
| 性別   | 全て   |
| 年齢   | 20代～40代  |
| 子の有無 | 全て   |

## 9 業務内容

### (1) 仮説の設定と広告運用計画の作成

ア 国の「デジタル田園都市国家構想総合戦略」及び本県の「やまぐち未来維新プラン」、第3期「山口県まち・ひと・しごと創生総合戦略」等の基礎資料を熟覧し、地方が抱える課題を理解した上で、他の自治体が取り組む移住・定住促進、関係人口創出関連事業に係る近年の取組や、参考資料1に示す移住相談実績等からの分析を行い、ターゲット設定、本事業の目的を達成するために必要な広告運用方法とその効果に係る仮説を設定するとともに、次に掲げる事項を盛り込んだ「広告運用計画」を作成し、契約締結後速やかに委託者に提出し、承認を得ること。

#### 【広告運用計画に盛り込む内容】

- (ア) 本事業のターゲット設定と本事業を通じたカスタマージャーニーに係る仮説
  - ※ 8で委託者が提示するターゲットのイメージを基礎として、別添の参考資料等を参考に、地方への移住や地域とのつながりづくりに係る消費者心理及び行動等に関する分析を行った上で、本事業におけるターゲット設定と本事業を通じたカスタマージャーニーについての仮説を設定する。
- (イ) 委託期間を通じた広告の運用方針（委託期間中の広告運用スケジュールを含む）
  - ※ 設定したターゲットと起こしたい態度変容・目的に合わせ、広告手法や掲出プラットフォーム、各広告（ディスプレイ広告、検索連動型広告）への投資配分バランスの方針を明確にすること。
  - ※ その他、広告の運用方法や運用スケジュールに関することなどを盛り込むこと。
- (ウ) 広告物の作成方針
- (エ) 広告効果の検証及び運用の見直し方法
- (オ) 目標設定（後述：9(6)参照）
- (カ) その他必要な事項

イ 作成した「広告運用計画」の承認を得ようとするときは、委託者への原則対面による説明会を委託者の所在地にて1回以上開催すること。

## (2) ターゲットに向けた広告の配信

広告運用計画で定めたターゲットに向けて、ユーザーの属性やウェブサイトの閲覧履歴等に基づき、ウェブサイトや各種アプリケーション等の広告枠に表示される画像・テキスト広告（以下「ディスプレイ広告」という。）及びウェブサイトの検索結果に連動して表示されるテキスト広告（以下「検索連動型広告」という。）を配信する。

### ア ディスプレイ広告

#### (7) 広告配信

- a 広告を掲出するプラットフォーム（Google Display Network、Yahoo!ディスプレイ広告（運用型）等）は、ユーザー層の違いや対象となる市場及びターゲットへの広告到達確度、配信単価等を総合的に勘案し、事業効果の最大化を図るために最適と考えられるものを選択、または組み合わせることにより、広告を配信すること。
- b 広告の配信先については、ターゲット層に属する消費者のデジタルデバイスの保有・使用状況等を踏まえ、適切なバランスで設定すること。

#### (4) ターゲットに応じた広告物の制作

- a ディスプレイ広告に掲出する画像（又はアニメーション）（以下「クリエイティブ」という。）は、ターゲットとなるクラスターに応じて、趣向や素材及びコピー等が異なるものを委託期間中に15パターン以上作成（パターンごとの必要なサイズ展開も含み、異サイズ展開はパターンの計数に含まない）し、配信すること。また、広告を配信するデジタルデバイスの選択と合わせて、広告が最適に表示されるよう、適切なサイズのことを必要に応じて作成すること。
- b クリエイティブは、委託者が主催するイベント等の開催のタイミング、ターゲティング見直しのタイミング等を踏まえ、順次作成すること。
- c 受託者は、本県のUSP（Unique Selling Proposition）を明らかにした上で、その要素（複数可）をクリエイティブに盛り込むこと。また、USPの訴求が効果的にターゲット層の行動を呼び起こし、広告効果が最適化されるよう、A/Bテストの手法を取り入れ、USPの見極め及びクリエイティブの質の向上を図ること。
- d クリエイティブは、ターゲットの感覚に訴え、ニーズを呼び起こし、効果的に支援サイトへの誘導を図るものとなるようグラフィックやコピーを工夫すること。
- e クリエイティブの作成に係る写真素材等を使用する場合の準備に関して、その一切の調整及び許認可等の諸手続は、受託者が行うこと。なお、当該年度及び過年度に委託者が実施した事業関連の写真等については、協議の上、委託者が提供する。

### イ 検索連動型広告

#### (7) 広告配信

- a 広告を掲出するプラットフォーム（Google 広告、Yahoo! 広告等）は、ユーザー層の違いや対象となる市場及びターゲットへの広告到達確度、配信単価等を総合的に勘案し選択、または組み合わせることにより、15パターン以上広告を配信すること。

- b 委託者の意図を十分に咀嚼し、広告効果が最適化されるよう、キーワード、除外ワード、広告タイトル及び広告文を作成の上委託者に提案し、協議の上決定すること。また、広告タイトル及び広告文の作成に当たっては、本県のUSPを明らかにした上で、その要素（複数可）を盛り込んだものを作成すること。
- c キーワード、除外ワードの設定及びタイトル、広告文の作成にあつては、より効果的にターゲット層の行動を呼び起こし、広告効果が最適化されるよう、A/Bテストの手法を取り入れ、検証と見直しを行うこと。

## ウ 共通事項

- (ア) 広告は、委託者が行う移住関連イベント等のタイミングを参考に、適切なタイミングと期間を設定して配信すること。
- (イ) ディスプレイ広告及び検索連動型広告のバランスは、それぞれの広告手法の特性を踏まえ、適切な割合で設定すること。
- (ウ) 広告掲載料については、広告掲出期間中の消化金額に偏りが発生しないように運用すること。
- (エ) 広告の掲出により得られた「リマーケティングリスト」を蓄積するとともに、広告運用の状況により必要に応じてリマーケティングによる広告を配信すること。
- (オ) 広告からのランディング先については、原則として、支援サイトのトップページ (<https://www.ymg-uji.jp/>) とする。ただし、クリエイティブや広告文の内容によって当該ページの下層ページをランディング先とする場合は、その旨提案すること。
- (カ) 広告価値を毀損させる「ビューアビリティ」、「アドフラウド」、「ブランドセーフティ」等については、確実な対策を実施することとし、広告配信開始前にその対策の内容及び効果を委託者に説明すること。

## エ その他

ディスプレイ広告及び検索連動型広告の掲出プラットフォームは、一般的なウェブサイト又はアプリケーションを原則とするが、SNS（Facebook、Instagram、X、LINE 等）や特定のアプリケーション等への広告掲出と組み合わせることでより高い広告効果が見込まれる場合は、委託者に提案し、運用方法を協議の上決定すること。なお、その場合においても、広告効果の最適化を図るよう、9(7)に基づき運用の見直しを行うこと。

### (3) 縦型ショート動画の制作・配信

- ア 山口県の雄大な自然や絶景、伝統的な歴史・文化等の観光スポットや、県産農林水産物及びそれを用いている飲食店や特産品等の食の魅力、県外からの移住者や地域づくりのキーパーソン等を最大限に活用し、まずは「行ってみたい・食べてみたい」を想起させ、移住先選択の1つとして山口県が挙げられるよう、また今後の移住フェアやセミナーの参加、移住相談につなげる内容とすること。
- イ 1分程度の動画を10本以上制作すること。
- ウ 縦型のショート動画として、使用は以下のとおりとすること。
  - ・ アスペクト比率 9 : 16
  - ・ 解像度 1,080×1,920px

エ (3)アに基づく動画内容を企画すること。企画にあたっては、年間を通じたコンセプトを設定し、移住フェアやセミナーへの参加、移住相談につなげて行くためのテーマ設定等の具体的な戦略及び測定方法を提案すること。

オ 動画の制作に当たり、取材・撮影を行うこと。なお、被写体となる施設等への許可申請、モデルや必要な資機材の手配、撮影に付随する全ての必要な業務は受託者が実施し、それに伴う費用は受託者が負担すること。

カ 動画の編集・制作をすること。なお、必要に応じてBGMやテロップ、ナレーションを付加すること。また、動画が無音で再生されている場合においても魅力が伝わる工夫を設けること。

#### (4) オンラインセミナー等の実施

ア 潜在層の意識の顕在化を図り、本県への移住につなげるため、本県の魅力を広く発信するオンラインセミナー等を実施すること。

イ セミナーの回数は、年間6回程度とすること。

ウ セミナーのテーマは、広くターゲット層の興味・関心を引き、気軽に参加できるようなライトな内容とすること。テーマ設定にあたっては、セミナー全体を通じたコンセプトを設定し、セミナーの集客や移住相談者の獲得、移住者数増加に向けた戦略及び測定方法を提案すること。

エ セミナー1回につき、移住者等を2名程度登壇させること。

#### (5) YY！ターンセミナーの参加募集、PR

ア YY！ターンセミナーの集客を効果的かつ効率的に行うため、広告配信及びSNS等の活用により、ターゲット層に対する参加募集、PRを行うこと。

イ セミナー各回の実施にあたり、効果的なタイミングで広告配信等を行うとともに、テーマに応じて、クリエイティブを工夫し制作すること。

ウ 広告等から関心を抱いたターゲットを的確に申込につなげるため、セミナー各回のランディングページ(LP)を制作すること。

エ 別途、委託者が委託契約する「移住促進に向けたセミナーの運営・情報発信等に関する業務」受託者と連携、協力して実施すること。

#### (6) 第2のふるさとづくりプログラムの参加募集、PR

ア 第2のふるさとづくりプログラムへの集客を効果的かつ効率的に行うため、広告配信及びSNS等の活用により、ターゲット層に対する参加募集、PRを行うこと。

イ プログラムの各回の実施にあたり、効果的なタイミングで広告配信等を行うとともに、テーマに応じて、クリエイティブを工夫し制作すること。

ウ 別途、委託者が委託契約する「第2のふるさとづくりの推進に関する業務」受託者と連携、協力して実施すること。

## (7) 目標設定

ア 県内市町の住民異動窓口での転入者アンケート等により集計する移住者数から上積みした目標値5,000人/年を設定すること。なお、移住者数の集計については、委託者が各市町から毎月報告を受けて行うものとする。

(参考) 転入者アンケート等により集計した移住者数 令和5年度：4,312人

やまぐち未来維新プランによる目標値 5,000人/年 各年度5,000人

イ オンライン移住相談フォームを活用した相談件数のうち、広告経由によるものを目標値として設定すること。なお、広告を経由した相談件数の集計については、委託者がアカウントを有する「TimeRex」を使用し、受託者が発行する広告コンバージョンタグ（Google広告、Facebook広告等）を設置すること。

(参考) 令和5年度：オンライン移住相談フォームによる申込43件、オンライン移住相談80件

ウ 委託者が別に実施する「YY！ターンセミナー」への申込件数のうち、広告経由によるものを目標値として設定すること。なお、広告を経由した申込件数の集計については、委託者がアカウントを有する「フォームメーカー」を使用し、受託者が発行する広告コンバージョンタグ（Google広告、Facebook広告等）を設置すること。（参考）令和5年度：7回（ハイブリッド4回、リアル1回、オンライン2回）延べ参加者数290人

エ 支援サイトにおける広告経由のセッション数（目標セッション数）を目標値として設定すること。

(参考) 令和5年度：セッション数 230,720セッション

オ (6) 第2のふるさとづくりプログラムの参加募集、PRについては、何を指標として設定することが適当であるか、設定の考え方及び根拠、戦略を明示して提案した上で、目標値を設定すること。

カ 目標値及び目標セッション数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事業を継続すること。

## (8) 配信結果の分析・効果測定及び結果報告

ア 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、閲覧者の属性やクリック後の行動等を適宜分析しながら、月に1回以上、ターゲティング、又は検索連動型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。

イ 広告配信開始後2ヶ月間は1週間に1回程度、2カ月経過以降は2週間に1回程度のミーティングを実施し、広告結果の報告と運用の見直し等についての提案を行うこと。なお、ミーティングを対面で行う場合は、原則として委託者の所在地にて実施する。

ウ 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、月次報告書として毎月とりまとめを行い、委託者に報告すること。

エ 月次結果報告に加え、業務委託期間の中間時点で、それまでの広告配信結果等をまとめた中間報告書を作成すること。

オ 委託者が広告の実施状況を随時確認できるよう、広告管理システムの閲覧権等を委託者に付与し、ID及びパスワード等、閲覧に必要な情報を提供すること。なお、広告プラットフォームの性質上、閲覧権を付与できない場合は、代替策を確保すること。

## (9) SNSの運用支援及び助言・提案

- ア 委託者がアカウントを有するSNS（Facebook、LINE等）の運用を支援し、投稿の内容、投稿の頻度、投稿するタイミング等を分析し、適宜、助言や提案を行うこと。
- イ フォロワー数の推移、フォロワーの流入経路、ページビュー数等を分析し、適宜、助言や提案を行うこと。

## 10 その他業務実施に際しての留意事項

### (1) 総括責任者の配置

- ア 受託者は、本事業の実施に当たり、同種類似業務に関する十分な経験を有する者を総括責任者として定めなければならない。
- イ 総括責任者は企画提案時点で明らかとするものとし、原則として変更できない。

### (2) 業務及び結果等の管理

- ア 事業完了後、速やかに業務完了報告書を作成し、委託者に提出すること。

### (3) 権利等

- ア 本仕様書により制作された成果品の一切の著作権（著作権法第27条及び第28条の権利を含む。）は、完了検査をもって全て委託者に移転すること。
- イ 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。
- ウ 納品するクリエイティブに関する著作権肖像権等の権利は委託者に帰属するよう整理すること。
- エ 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。
- オ 受託者は、委託者が認めた場合を除き、成果品に係る著作者人格権を行使できないものとする。

### (4) その他

- ア 本事業の実施に当たっては、関係法令を遵守し、委託者と協議を重ねながら、適正に履行すること。
- イ 本事業の実施に際して、知り得た秘密を他に漏らしてはならない。また、事業終了後も同様とする。
- ウ 事業実施のための個人情報の取扱いについては、別記「個人情報取扱特記事項」を遵守しなければならない。
- エ 受託者は、情報セキュリティ管理については、山口県個人情報保護条例（平成13年山口県条例43号）、山口県情報セキュリティポリシーのほか、関係法令を遵守すること。
- オ 委託者は、必要に応じ、受託者に対して委託事業の処理状況について調査し、報告を求めることができる。
- カ 各業務に係る撮影、編集、制作・運用、調査、分析、報告等の一切の経費（交通費、各種データ費等）は、全て委託金額に含むこと。

キ 見積書や請求書の作成に当たっては、業務の透明性を確保するため、「広告配信費（広告配信原価）」、「広告管理運用費」、「クリエイティブ等作成費」、「分析レポート費」を別立てで計上し、積算すること。

ク 本事業の再委託は原則として認めない。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、委託者が承諾した場合はこの限りでない。

## 11 成果品

### (1) 提出物

ア 実績報告書（A4判）及びDVD-ROM

イ 制作したクリエイティブを収めたDVD-ROM

### (2) 提出場所

「住んでみいね！ぶちええ山口」県民会議事務局（山口県中山間地域づくり推進課内）

### (3) 提出期限

令和8年3月31日

## 12 提出書類

委託契約書に定めるもののほか、次の各号に掲げる書類を提出しなければならない。

### (1) 契約締結時に速やかに提出するもの

ア 広告運用計画及び実施工程表

イ 総括責任者通知書

ウ その他委託者が必要と認める書類

### (2) 事業完了後に速やかに提出するもの

ア 業務完了届

イ その他委託者が業務確認に必要と認める書類

## 13 その他

(1) 本仕様書に定めのない事項及び本仕様書に定める内容について疑義が生じたときは、委託者と受託者が協議の上、定めることとする。

(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、本事業に含まれるものとする。